no.286
1986年 6/15
アミューズメント通信
JUNE 15, 1986

ゲームマシン

GAME MACHINE
Game Machine Magazine is published twice monthly on the 1st and 15th of the month by Amusement Press, Inc., 9-16 Kamiyamacho, Kita-ku, Osaka, 530 Japan. Subscription rate: Japan ¥7200; Overseas (air mail) - US$70.00 per year.

毎月2回(1日・15日)発行　昭和56年10月17日第3種郵便物認可　発行所　アミューズメント通信社　編集・発行人　赤木真澄　〒530大阪市北区神山町9-16(山名ビル)　☎06(314)0309　定価300円　年間購読料7,200円(送料共)

法人申告所得ランキング2万5千社発表

業務用ではタイトー、ナムコ、セガ社の順に

任天堂132位に前進

「ファミコン」ブームで勢いなお続くもよう

毎年五月に発表される法人申告所得のランキングが各業界盛衰のひとつのバロメーターとして年ごとに話題を集めているが、TVゲーム機などを中心とするAM業界は無断コピー氾濫などの混乱を脱したものの、昨年二月施行の新風営法による規制、ギャンブル機の復活、米国市場の低迷などにより厳しい状況となっている。なお「ファミコン」の伸びは著しく、ハード、ソフト供給で利益をもたらしているのが注目される。遊園地分野では比較的安定したペースで伸びていると言える。AM業界では各社それぞれの努力がそのままこのランキングに現われているとも言えるが、風営法など法的規制にくじけず、地域社会との調和を図り、発展することが望まれる。

今回発表された六万三千六十四社(前回五万社)は六十年十二月末までの一年間に来た決算期による全国の法人申告所得をもとに多い順からランキングしたもの。帝国データバンク調べをもとに、「週刊ダイヤモンド」(五月十七日号)、「週刊東洋経済」(五月十七日号、五万社収録)などで発表された。収録件数は毎年増える傾向にあるが、「週刊ダイヤモンド」は四千万円以上の告示所得を全部収録しているのが特徴となっている。本紙では昨年同様に同誌に準拠しつつ、上位二万五千社からAM業界関連分をリストアップした(**下の表**)。

リストに入れていないものでは、セガ社の親会社のCSK(五〇八位)、アイレムとアイレム販売の親会社のナナオ(九一四八位)。また硬貨・紙幣処理機でシェア三〇%強のグローリー工業㈱、グローリー商事㈱はそれぞれ五七一位、八四一位と躍進している。㈱後楽園スタジアムも七七六位と前進している。

小型AM機関係では任天堂㈱が昨年の一六七位から一三二位と伸ばし、驚異的な「ファミリーコンピュータ」ブームを実証している。同社の売上高は六十年八月期で七百七十二億円(六十一年八月期は千三十億円と予想されている)。そのうち業務用は五%(前回二五%)と後退、家庭用は逆に九二%(同七一%)と大きく伸びている。業務用の後退はさびしい限りであるが、「ファミコン」ブームの影響は業務用、他の家庭用、その他さまざまな業種に及びつつあり、各方面から注目されている。なお同社「ファミコン」の米国市場での本格的な展開が、ソフトメーカーから期待されている。

業務用では㈱タイトー、㈱ナムコ、㈱セガ・エンタープライゼスの順で収まった。うちタイトーは六十年三月までの三ヵ月決算によるもので、同社は昨年から三月末決算に変更したことになる(株式上場の準備のため)。三ヵ月決算での売上高は七十億一千二百万円、うちオペレーション収入七〇%、製品販売三〇%となっており、最大規模のオペレーター会社であることを示している。

タイトーは二年連続してランキング表に現われなかったが、売上高は年間三百億円台を維持してきており、今年三月期では三百九十九億円に達するもようである。

コナミ、データは後退 ジャレコ、カプコン健闘

一方、ナムコは昨年まで五月決算だったが、今年から三月決算に変わる。六十年五月期の売上高は二百八十一億四千五百万円、うちオペレーション収入五三%、販売四五%、許諾料二%となっていた。同社は四四〇位から一二〇七位と後退したが、今回一一〇七位と盛り返した。長期的には安定して売上げ、利益ともに伸ばしていると言える。

セガ社は前回(三四九六位)から大きく盛り返した。申告所得五十八年約十八億円、五十九年約八億円、そして六十年約二十二億円である。六十年四月期の売上高は二百四十八億三千二百万円、これが今年四月期では三百億円となるもよう。一連のTVゲーム機の販売が貢献しているもようで、とくに昨年は「ハングオン」などのヒットがあり、これらが六十一年四月決算に現われることになる。

コナミ工業㈱は前回の九四七位から後退。同社は五十九年秋に大阪新二部に株式を上場しているが、六十年二月期の売上高九十四億六百万円。うち業務用二七%、家庭用七一%と、家庭用ソフトへの比率が高くなってきている。同社六十一年二月期は売上高約百四十億円、経常利益約四十億円が見込まれている。同社の子会社、㈱コナミは決算期を昨年二月に変更して、二万位台に入っている(四ヵ月分の決算)。

以上のほか小型AM機関係で好調なのは㈱ジャレコ(昨年三月期に変更、八ヵ月分)、㈱カプコン、アイレム㈱(昨年三月期に変更、九ヵ月分)、テクモ㈱など。逆に後退したのは、データイースト㈱、ユニバーサル販売㈱、㈱ユニバーサルなどだが、いずれもリスト内で健闘している。前回から姿を消したのはサン電子㈱、アルファ電子工業㈱。㈱シグマ、㈲池袋シグマは大きく後退(シグマ商事は逆に前進)、シグマ三社では半分以下の所得となっている。なおリスト内の京葉電子はすでに倒産している。

遊園施設は明昌、三精、泉陽、トーゴが伸ばす

遊園施設関係では明昌グループ(明昌特殊産業㈱と㈱岡本製作所)、三精輸送機㈱、泉陽グループ(泉陽興業㈱と泉陽機工㈱)、そして㈱トーゴの順となり、いずれも伸びた。小型乗物機を持つ日邦産業㈱はやや後退、㈱ホープは二万八千位台に入ってきている。遊園地関係では㈱エキスポランドの回復が目立つ。東京ディズニーランドの㈱オリエンタルランドは六十年三月決算で売上高約八百九十億円だが、今後黒字になる見込みだ。

「法人申告所得」とは企業が税務署に申告する税引前利益。しかし必らずしも税込み決算利益と一致するとは限らない。法人申告所得は四千万円以上ある場合、各税務署で公示され、これを民間の信用調査機関がデータとしている。なお発表後に「修正」申告などの例がまれだがありうる。

「変則決算」の多くは決算期の移行によるもの。変則決算の月数に基づき十二ヵ月決算額へと換算してランキングに載せている。

総合順位	社名	60年申告所得(百万円)	決算月	59年申告所得(百万円)	増減率(%)
132	任天堂㈱	24,814	8	17,546	41.4
948	㈱タイトー	変 3,382	3	—	—
1107	㈱ナムコ	3,134	5	2,333	34.3
1431	㈱セガ・エンタープライゼス	2,188	4	769	184.5
1450	コナミ工業㈱	2,156	2	3,022	▲ 28.7
1509	加賀電子㈱	2,071	3	1,235	67.7
2008	明昌特殊産業㈱	1,503	1	886	69.6
2069	㈱よみうりランド	1,460	3	1,067	36.8
2324	㈱日本コインコ	1,293	7	1,050	23.1
2703	三精輸送機㈱	1,089	1	793	37.3
2826	㈱第一興商	1,042	3	297	250.8
2950	日本ブランズウィック㈱	999	11	853	17.1
4420	長島観光開発㈱	663	2	407	62.9
5702	泉陽興業㈱	505	4	310	62.9
6305	日邦産業㈱	459	3	481	▲ 6.5
6647	日本ドリーム観光㈱	437	1	1,210	▲ 64.2
7015	東映通商㈱	416	1	438	▲ 5.0
7094	データイースト㈱	411	3	523	▲ 21.4
7151	㈱ジャレコ	変 408	3	144	183.3
7380	ユニバーサル販売㈱	395	4	586	▲ 32.6
7522	ジョイパックレジャー㈱	388	3	426	▲ 8.9
8436	泉陽機工㈱	345	4	121	185.1
9357	㈱ユニバーサル	309	2	626	▲ 50.6
9641	㈱カプコン	300	12	—	—
10110	㈱トーゴ	287	7	76	277.6
13086	アイレム㈱	変 220	3	52	323.1
13210	須貝興行㈱	217	3	332	▲ 34.6
16125	㈱神戸ポートピアランド	176	3	225	▲ 21.8
16322	㈱岡本製作所	174	3	105	65.7
16906	京葉電子㈱	168	3	125	34.4
17511	ユニバーサルテクノス㈱	162	10	65	149.2
18319	㈱ティアンドエム	154	2	—	—
19477	㈱マタハリー電気商会	145	11	87	66.7
20713	㈱コナミ	変 136	2	—	—
21287	㈱エキスポランド	132	3	56	135.7
23819	㈱テーカン(テクモ)	117	6	96	21.9
24157	ユニバーサルリース㈱	115	8	105	9.5

上の表は全国法人所得ランキング2万5千社のうちAM業界関連分。「変」は変則決算分

山田三郎会長再選

JAPEA第6回総会で役員改選、投票制で

全日本遊園施設協会（本部東京、山田三郎会長、正会員四十八社、賛助会員三社、JAPEA）では五月二十二日、熱海の後楽園ホテルにて第六回総会を開き、予決算案、事業報告および計画案をそれぞれ承認、また任期満了に伴なう役員改選により山田会長を再選し新役員態勢を整えた。なお同総会直前に第二十九回理事会を開き、総会提出議案資料の確認、新入会員の承認などを行なった。

総会には委任状十一社を含め四十五社の正会員が出席。冒頭、山田会長が「当協会も結束が強固になり、共同事業（もりっこランドやプレ花博など）も行なえるようになった。今後とも業界発展のため協力してやっていきたい」と挨拶した後、同会長が議長となって議事を進行した。

新入会員については、新明和エンジニアリング㈱（本社東京、木崎隆市社長）と㈱小宮スポーツセンター（本社大阪、木村律子社長、東京の同名会社大阪営業所が別会社として分離独立）の二社が紹介された。六十年度事業報告ならびに収支決算案が異議なく承認された後、役員改選に移った。

役員の選出は立候補により投票で行なわれた。立候補の届け出は前もって二十二社からあったが、その中に明昌特殊産業が入っていなかったため、「業界が一枚岩となって難局に対処していくには、大手の協力が必要なので明昌にぜひ立候補を望む」（平賀氏・三精輸送機）との意見が出された。これについて賛否が問われた結果、賛成多数となり、若園氏（明昌）は「総会の総意であれば立候補する」ということで、計二十三社の立候補の中から投票により、十五名の役員を選ぶことになった。

二十三社を列記した投票用紙が配られ、そのうち十五社に○印を付けて投票。これを集計（委任状による投票も含む）した結果、三精と日本娯楽機が同数の最高得票で四十五票、続いて真砂工業が四十四票、三和鉄工が四十二票、昭和鉄工が四十一票を獲得。以下（カッコ内は得票数）豊永産業（三十五）、加藤工業（三十四）、泉陽興業（三十三）、日邦産業（三十二）、トーゴ（三十一）、大阪テント、関西娯楽（以上三十）、明昌特殊産業（二十八）、久竹娯楽（二十七）、大阪娯楽機、小宮スポーツセンター（以上二十四）、渋川商店、タスコ（以上二十三）、池田製作所、JRE（以上二十一）、ファンハウス（十七）、ツノダ（十五）、思川企画（十）の順となった。

写真はJAPEA第6回総会（5月22日）のようす

副会長はトーゴ、三精 理事会社は多くが新任

このうち上位十三社が理事、十四、十五位が監事となった。なお十五位は同得票だが、大阪娯楽機が「関東の役員が少ない」との理由で監事を辞退した。この後、新役員による理事会を開き、互選により会長を決め、会長が副会長二名を指名した。また現専務理事は留任ということで理事会の同意を得た。新役員態勢は次のとおりで、会長と専務理事、三名の理事以外はすべて新任となった。

会長＝山田三郎氏（泉陽興業㈱）、副会長＝山田俊夫氏（㈱トーゴ）、平賀文夫氏（三精輸送機㈱）、専務理事＝末佐喜一氏。

理事＝遠藤栄氏（日本娯楽機㈱）、真砂光生氏（真砂工業㈱）、鬼頭雅美知氏（三和鉄工㈱）、森政行氏（昭和鉄工㈱）、永楽藤八氏（豊永産業㈱）、加藤克彦氏（加藤工業㈱）、田中謹四郎氏（日邦産業㈱）、友永勝氏（㈱大阪テント）、土井照子氏（関西娯楽㈱）、若園一夫氏（明昌特殊産業㈱）。

監事＝粂実氏（久竹娯楽㈱）、小宮正実氏（㈱小宮スポーツセンター）。

六十一年度事業計画案（前年度のものを踏襲）および予算案は、異議なく原案どおり承認。会費の見直しについては、慎重審議の上で決めるとのことで議案からはずされた。最後に山田会長が「微力ながら業界発展のため、引続き会長として努力していきたい」と述べ、総会を終了した。なお、総会後は懇親会が開かれた。

妨害波対策で協議会

郵政省の指導で電子工業協など。JAMMAも検討

電子技術の急速な発展、普及に伴ない一般の電子機器から発生する妨害波（ノイズ）対策が問題になりつつあり、このための団体としてすでに「情報処理装置等電波障害自主規制協議会」（略称VCCI）が昨年十二月十九日に発足していることがこのほど判明した。日本アミューズメントマシン工業協会（JAMMA、中村雅哉会長）では、VCCIと協調すべく、AM機器から発生する周波数などの調査に乗り出すもようである。

VCCI設立に至る経緯は次のとおり。パソコン、ワープロ、ファクシミリなどの電子機器から発生する広範囲のデジタル波のうち妨害波への対策が問題になった。この問題は国際電気標準会議（IEC）の国際無線障害特別委員会で七九年から審議されており、八五年九月に「許容値と測定法」についての報告がまとめられる一方、米国でも連邦通信委員会（FCC）が規制措置に着手したとのこと。こうした状況から日本でも電気通信技術審議会が昨年十二月二日に報告をまとめ、郵政大臣に答申。これを受けて郵政省は関係業界に対策を要請したところ、㈳日本電子工業振興協会（三田勝茂会長）、㈳日本事務機械工業会（小林陽太郎会長）、㈳日本電子機械工業会（盛田昭夫会長）、通信機械工業会（山本卓真会長）がVCCI設立へと進めたもの。

VCCIの設立趣旨は、会員が一般のラジオやテレビなどの受信機に電波障害を与えないよう電子機器から発生する妨害波を自主規制することにより、情報化社会の発展に貢献すること、となっている。この自主規制は電気通信審議会の答申に基づき、VCCIが作成した「技術基準」に沿って行なわれ、適合したことが確認されればVCCIマークで表示するというもの。企業単位で加入できる。JAMMAではAM機の実情に沿って、VCCIについて慎重に検討していくもようだ。

北米は新会社に

SNKの「怒」海外に許諾

西独ノバ社、英国エレクトロ社

㈱エス・エヌ・ケイ（本社大阪、川崎英吉社長）ではこのほど、同社開発のTVゲーム機「怒（いかり）」を北米市場に関してトレード・ウェスト社（本社テキサス州コーシカーナ、ジョン・ロウ社長）に製造許諾したことを明らかにした。

トレード・ウェスト社はロムスター社（旧・米国SNK社）の副社長だったロウ氏らにより、今年一月に設立され、SNKの「アルファ・ミッション（ASO）」に関し許諾を受け、北米（米国とカナダ）市場で販売してきている。「怒（いかり）」は「イカリ・ウォリアーズ」の名で、ダイナモ社が本体として組立て、好調に出荷されているとのこと。

北米以外で「イカリ・ウォリアーズ」は、西独市場に関してノバ社（本社ハンブルグ）、英国市場に関してエレクトロコイン社（本社ロンドン）にそれぞれ独占的販売権を与える形で許諾をしている。

米国での完成品「イカリ・ウォリアーズ」

米国市場で2種

タイトー開発のTVゲーム

コインイット、ロムスターに許諾

㈱タイトー（本社東京、末角要次郎社長）では同社開発のTVゲーム機の米国での許諾関係をこのほど明らかにした。それによると、いずれも米国での子会社であるタイトー・アメリカ社経由で、PC基板ベース。北米市場での独占的販売権を認めるものとなっている。

その内わけは次のとおり。

「ハレーズ・コメット」＝コイン・イット社（フロリダ州、ハッチバーグ社長）。「Tokio」（スクランブル・フォーメーション）＝ロムスター社（本社カリフォルニア州トランス、保木孝仁社長）。以上のほかは米国タイトーが扱う。

特定施設規定を撤廃

警察権拡大で長崎県が青少年条例を改正、施行

長崎県では青少年条例（長崎県少年保護育成条例）および同施行条例）がこのほど五年ぶりに一部改正となり、これまでメダルゲーム機を「有害遊技機」として、十八歳未満の者のメダルゲーム場（または設置場所）への立入りを全面禁止していた条文が削除された。同県では全都道府県中メダルゲーム機設置場所の未成年者入場規制を最も厳しく行なっていたが、今回の改正で撤廃する形となった。

同青少年条例の一部改正案は三月三十一日、県議会で可決、成立し、同日公布となったもので、同条例、施行規則ともに六月三十日施行となる。行政当局では「新風営法施行により、ゲーム機関係の指導、取り締まりについては警察が権限を持って介入してきたため、教育行政側としてはタッチできる範囲がなくなってきたというのが実情で、やむなく警察に任せることにした」としている。

なお同施行規則では、新風営法対象外となっている一部の機種についてのみ、その設置場所への深夜（午後十一時以降）の立入りを禁止している。同条例および施行規則の改正内容は次のとおり。

〔改正前〕

長崎県少年保護育成条例

（深夜興行等への入場禁止）

第十四条 興行を行う者及び設備を設けて客に遊技又はスポーツを行わせる営業で規則で定めるものを営む者（以下「興行者等」という。）は、深夜、当該興行又は営業の場所に少年を入場させてはならない。

（第2項略）

（特定施設等への入場禁止）

第十五条 次の各号に掲げる営業で少年の健全な育成を阻害するおそれがあるものとして規則で定めるものを営む者は、当該営業の施設又は場所に少年を入場させてはならない。

（第一号、第二号略）

三 設備を設けて、客に射幸心をそそるおそれのある遊技をさせる営業

（第四号、第2項略）

施行規則

（深夜営業の指定等）

第十条 条例第十四条第一項に規定する営業は、次の各号の一に掲げるものとする。

一 硬貨又はメダルを投入することにより作動する遊技機（条例第十五条第一項第三号に定めるものを除く。）を設置して客に遊技をさせるもの

（第二号、第2項略）

（特定施設等に係る営業の指定等）

第十一条 （第1項、第2項略）

3 条例第十五条第一項第三号の営業とはスロットマシン、ロタミント等客の射幸心をそそるおそれのある遊技機で、かつ、遊技の結果に応じてメタル又はチップ等が払いもどされ、当該メタル又はチップ等を使用して再度遊技を行うことができる遊技場を設置して客に遊技をさせるものとする。

（第4項、第5項略）

〔改正後〕

条例（第十四条改正なし）

第十五条 削除

施行規則

第十条（前文改正なし）

一 硬貨、メダル、カード等を使用することにより作動する遊技機（風俗営業等の規制及び業務の適正化等に関する法律（昭和二十三年法律第百二十二号）第二条第一項第八号に規定する国家公安委員会規則で定めるものを除く。）（以下同文）

第十一条 削除

リプキン氏退任

米国セガ社の社長だった

当面はローゼン会長が社長兼任

㈱セガ・エンタープライゼス（本社東京、中山隼雄社長）ではこのほど、米国での同社子会社であるセガ・エンタープライゼス・インク（USA）（本社カリフォルニア州サンノゼ）のデビッド・ローゼン会長が社長を兼ねることになった、と発表した。

米国セガ社は昨年四月からユージン・リプキン社長のもとで業務が開始され、セガ社製品の米国市場での展開を進めてきており、「ハングオン」のヒットでシェアアップなど順調に業績を伸していた。リプキン氏は五月二十一日付で、健康上の理由により退任、退社した。これに伴ないローゼン会長が、当面の間社長を兼務することになったもの。

仲真良信氏退任

コナミ工業創業時以来の

新たに山村敏雄氏が取締役に

コナミ工業㈱（本社大阪、上月景正社長）の専務取締役、その子会社のコナミ㈱（本社東京、同）の代表取締役だった仲真良信氏が五月二十三日付で退任、退社した。

コナミ工業によると、五月二十三日の定例株主総会、取締役会を経て役員異動を行ない、仲真取締役ら三名が退任、新たに取締役と監査役各一名を選任した。この異動内容は次のとおり（カッコ内は旧職名）。

取締役＝山村敏雄氏（コナミ㈱・取締役）、監査役＝井上更明氏（㈱近畿相互銀行参与）。

▽退任＝仲真良信氏（取締役）、田中毅氏（同）、長谷川敏男氏（監査役）。

うち仲真氏はコナミ工業の創業（昭和四十四年）、設立（四十八年）当初からのスタッフのひとり。コナミ工業で専務取締役となり、コナミ㈱の代表取締役にもなったが、昨年秋に実務上から退き、両社の取締役にとどまっていたもの。仲真氏、田中氏ともに独立する、との説もある。

"運動方針"決定

広島AMOP協初の通常総会

役員改選で副会長など異動

広島県アミューズメントオペレーター協会（事務局広島市、平本将人会長、会員数二十二社）では五月二十一日、広島市内の県民文化センターにて初の通常総会を開き、事業年度の移り変わりに伴なう予決算案、事業報告および計画案を承認するとともに、同協会の新年度"運動方針"を決めた。また任期（一年）満了に伴なう役員改選の結果、平本会長ほかほとんどの役員が再選された。

同総会には十八社が出席。冒頭、挨拶に立った平本会長は「県内関係団体や警察などとの懇談を活発に行ない、接触を密にしてきた結果、当協会の存在と活動が社会的に認められ高く評価されている。このためこの一年間、所轄当局からの指導は皆無であり平穏無事に過ぎた。しかし当業界はとかく問題視されやすい面もあるので、なお地道な活動を持続することが大事だ」と述べた。なお平本会長は挨拶の中で、同協会が広島県暴力監視追放防犯連合会に加入できたことが、社会的評価を大きく高めたと語った。この防犯連合会は、国際平和都市広島の名誉と平和社会の維持に寄与するため、市民の防犯意識の高揚と暴力追放に努める目的で、警察段階以前の諸問題を相談、解決する機関として、さまざまな団体により県下十六支部で組織されているもの。

事業計画については、同協会運動方針の徹底と関係各団体の会合への積極的参加を骨子としている。運動方針は①健全営業の推進、②青少年健全育成、③地域の防犯活動への積極的協力、④暴力追放──の四項目を決定。

役員改選では、理事一名（増員）と監事が新任となり、副会長（二名いる）のうち西氏が高木氏に代わり、このほかは再選となった。新役員は次のとおり。

会長＝平本将人氏（㈱ヒカリ・エンタープライゼス）、副会長＝村戸正弘氏（流川観光㈱）、高木信行氏（㈱ナムコ）、専務理事＝杉山義昭氏（㈱ヒカリ・エンタープライゼス）。

理事＝山口隆美氏（エコーリース㈱）、徳重隆雄氏（㈲山口娯楽）、宗平輝昭氏（㈱タイトー）、西寛氏（㈱セガ・エンタープライゼス）、小田英敏氏（アイレム㈱）、佐々木高澄氏（アサヒ企画）。監事＝佐々木昌一氏（トップ企画）。

この後、来ひんとして県警本部防犯課の安藤警部から挨拶があり、同氏は「新風営法施行以来、この協会員から一人も違反者が出なかったことに感謝する」と同協会の法遵守の姿勢を高く評価し、さらに遵法営業の徹底、管理者講習会への出席、最近多発している盗難事故の防止に努めるよう望んだ。

会員団結を訴え

群馬健娯協が第2回通常総会

副会長ら辞任で新役員態勢

群馬県健全娯楽業協会（事務局高崎市、吉村敬一郎会長、会員数二十四社）では五月二十二日、同県内・水上温泉のホテル奥利根館にて第二回通常総会を開き、任期満了に伴なう役員改選を行なった。吉村会長は留任となった。

同総会には委任状九社を含む二十四社が出席、小柏副会長が議長となって議事を進めた。議事に入る前に吉村会長は、会員の団結、協力を訴え対外的な同組合のアピールを強調する旨の挨拶を行なった。また全日本アミューズメントマシン・オペレーター連合会（AOU）の中西昭雄会長が出席し「全国を歩いてみて感じることは、各協会を取り巻く環境から今後のAM業界を考えた場合、今大切なのは会員としてのメリットを求めることよりも一致団結することだ。皆が一丸となって進むところにメリットが生じてくる」と挨拶した。

六十年度事業報告および決算案は、原案どおり異議なく承認となった。六十一年度事業計画ならびに予算案については、事業計画が煮詰まっていないことから、理事会で検討するということで承認された。この事業計画案としては、対社会的な活動を積極的に行なっていくことが挙げられ、そのためPTA、警察など各関係先に対応したプロジェクトチームを作るということが了承された。

役員改選では全員留任ということになったが、現役員の小柏副会長、中田金一監事、二ノ宮範夫会計の三氏が辞意を表明、このため三氏の後任を指名推せんにより選任した。また新たに理事を一名選任し、新役員態勢は次のとおりとなった。

会長＝吉村敬一郎氏（メキシコ娯楽）、副会長＝里見治臣氏（北関東サトミ）、安井喜一郎氏（安井商事）。

理事＝相川富男氏（㈲ファミリーレジャーシステム）、長井日本機氏（㈲スターリース）、清水正夫氏（㈱フジ・ユーエン）、長谷川邦雄氏（長谷川ゲーム）、山田孝夫氏（ヤマダビデオ）、野村嘉夫氏（㈱セガ・エンタープライゼス）、二ノ宮範夫氏（㈱アトムレジャー企画）、伊能正和氏（㈱虎屋）。

会計＝斉藤博之氏（㈱ナムコ）、監事＝小柏政美氏（小柏商会）。

このほか会員同士でのロケをめぐるトラブルの防止を確認し、中西会長を交えて懇談を行なった。また出席メーカー四社から、それぞれ新製品動向についての説明があった。

特許・実用新案 出願公告・公開

（5月9日～21日）

特許庁に出願された特許および実用新案の公告ないし公開の最新分で、AM業界関連のものは次のとおり。記事内容は、公告／公開の日付、発明／考案の名称、出願人、公告／公開番号、出願番号の順に掲載。なお(請)は審査請求のあったものを示している。具体的な内容については、各地の発明協会などにお問い合わせ下さい。

特許出願公告

五月十三日付＝「滑降遊戯装置」、㈱トーゴ（東京）、61－18470、55・104058。

特許出願公開

五月十九日付＝「IC使用の脳軟化防止ゲーム」、辻徳雄（東京）、61・100276、59・221440。

五月二十一日付＝「円形式テレビゲーム機」、アルファ電子工業㈱（埼玉）、61・103469、(請)、59・223063。

東京、大阪、名古屋で テクモ新作発表

TVゲーム「アルゴスの戦士」

㈱テクモ（本社東京、柿原彬人社長）では同社プライベートショーを、東京会場は五月十四日に銀座の東急ホテルで、大阪会場は十五日に中之島のNCB会館で、名古屋会場は十六日に名古屋市内のグランドプラザ山王でそれぞれ開き、同社開発TVゲーム機「アルゴスの戦士」を発表。これらの発表会には三会場を合わせて、オペレーターら関係業者約八百名が来場した。

発表となった「アルゴスの戦士」は伸縮する武器にて怪物をやっつけていくゲームで、ユニークな怪物キャラクター、鮮明画像、音響効果などに特徴があるもの（本号「話題のマシン」参照）。同機はテーブル型と同社キャビネット「システム・エイト」にて披露された。

発表会場では「基板定価二十六万円は少し高いのでは」と言う来場者の声も聞かれたが、同社では「何回も手直し、改良を加えて約二年間かけて開発したもので、ロケテストを経て十分納得してもらえる自信作であること。またアフターサービスも考慮していることなどから妥当な価格設定だ」としている。

なお同発表会では同機とともに、ブロックを使ったTVメイズゲーム機「ソロモンの鍵」も参考出品された。これは業務用より先に任天堂〝ファミコン〟用ソフトとして七月発売となる。

テクモ新作展にて、上は東京会場、下は大阪会場でのようす

コンピューター教育システム

セガ社が初出展

CAI&ニューメディアショーに

コンピューターを使った教育システム（CAI）の各種機器やソフトなどを一堂に集めた「CAI&ニューメディア・ショー86」（産業能率大学、日本経済新聞社主催）が四月二十四日から四日間、東京・池袋のサンシャインシティ・センターホールにて開催され、AM業界から㈱セガ・エンタープライゼス（本社東京、中山隼雄社長）が初出展し、注目された。

同ショーは、近い将来数千億円市場に成長すると予測されているCAIについての認識を高めるとともに、その普及促進を図るという目的で昨年から開催されたもの。第二回目となる今回は、五十六社の企業および三つの学校法人が出展し、在宅学習システムをはじめ、学習塾、学校、企業向けのCAIシステムとそのソフトウェアなどの展示、実演が行なわれた。

セガ社は同社とCSK総合研究所が開発し、七月一日発売となる「セガAIコンピュータ」（本紙第284号参照）を出品、幼児向けソフト（絵日記、動物博士など）および中学受験用ソフト（国語、算数など）を使って実演紹介を行ない、来場者の注目を集めた。同社では「来場者の関心は非常に高かったようだ。CAIに人工知能を使うと家庭での学習はこのように変わる、ということでアピールし、来場者には納得してもらえたのではないか」としている。なお同社では六月中旬に、同機の顧客を対象とした発表会を予定している。

CAI&ニューメディアショー86にて、セガ社の展示小間のもよう

論潮

社会的認知!?

某オペレーター会社の某社長が、さきほど開かれたある会合で講演したが、その冒頭は「風営適正化法施行の意義」とあり、その内容はこうなっている。――「風営適正化法が施行されて一年経ったが、当初心配された混乱はあまりなかった。この法の意義は、ゲーム場が社会に認知されたこと、営業者の資格条件が決定されたこと、営業者の義務のガイドラインが明確になったこと等にある」

この発言には完全な誤りがあるが、発言自体は自由である。自由ではあるが、間違った考え方をなんども繰り返して聞いていると、間違っていることも正しいことのように思えてくるもので、そういうのも困ったものだと言える。ご当人自身は自分で楽天的な人生観だとも語っているので、それはそれで幸せな人であろうと思われるが、世の中にはそういう幸せな人ばかりいるわけではない。むしろそういう人は少ないのではないか。

「ゲーム場が社会に認知された」と言うが、どのように認知されたのか。賭博機の設置店あるいは非行少年のたまり場か―それなら悪い方向で社会に認知されたにすぎない（「ゲームセンター賭博事件」四月二日付北国新聞など）。風俗営業として「警察許可」制となったことが、社会的認知とどう関連するのか、という点も問題である。公安委員会の許可を要する「質屋」「古物商」は盗品流通の防止、盗犯検挙のためである。いわゆる「サラ金規制法」（昭五八）は貸金業者を登録制にしているが、登録制となったサラ金業者がどのように社会的認知を受けたのか、多くの人がよく知っていることだろう。

どんな商売も税法その他一般的な法律を避けることができないが、営業自体を許可制にしているものは特定のものだけである。「どんな営業も法律で規制される」というのは、早とちりの人の言いぶんである。まして規制されて「社会に認知された」と言うのは、完全に間違っている。

大レ協第7回通常総会で

峯理事長が再選

新役員態勢、事業部長なども

大阪レジャー機器㈿（事務局大阪市天王寺区、峯久理事長、組合員数十九社）では五月十六日、三重県・伊勢の朝潮ホテルにて第七回通常総会を開催し、任期満了に伴なう役員改選により峯理事長が再選された。また同総会に引き続いて五月例会を開き、情報交換などを行なった。

同総会には委任状四社を含め十八社が出席、事業年度の移り変わりに伴なう予決算案、事業報告ならびに計画案を、それぞれ異議なく承認した。役員の改選については、出席者全員が選考委員となり、理事長に峯氏を再選した。なお他の役員については峯理事長の指名により、後日任命されることになった（五月二十九日付で正式発表された）。

以上で総会を終了し、休憩の後、五月例会を開いた。冒頭、再選された峯理事長が挨拶に立ち、「この二年間は新風営法の関連で対外的なことに追われてしまったが、これからは組合本来の活動を活発化させるとともに、AM業界発展のためのリーダーシップもとっていきたい」と抱負を語った。

そして同例会で、活動を具体的に推進していくための事業部を正式に設置することを決めた。また在阪の各AM機メーカーを同組合の協賛会員（会費無料）として迎え、協力し合って大阪のAM業界を盛り上げていく活動を展開していく、という方針で進むことを確認した。なお峯理事長は「この任期はちょうど第十回総会までで、その時は盛大に〝十周年記念イベント〟を開催したい。それを区切りとして次期役員は若いリーダーに任せ、新たな態勢で臨んでいけることを望む。今回の役員はそのことを考慮して任命する」とも述べた。その結果、任命された新役員は副理事長が一名増えて二名となり、次のような態勢となった。

理事長＝峯久氏（峯興業㈲）、副理事長＝田中熊雄氏（㈱マルキ）、道風敏明氏（㈲淀企業）。専務理事＝松下実人氏（ナショナル商事㈱）、理事＝高橋靖和氏（富貴商会）、監事＝松永二郎氏（㈲マツナガ）。事業部長＝松居章氏（㈱大阪サービスゲームス）、会計担当＝伴久子氏（㈲東芸社）、厚生担当＝陳彰氏（銀座商会）。

なおこれまで役員を務めてきた曽久雄氏（駒川ゲームセンター）と小林晋氏（テレビゲームかすが）の両氏には、その労に対して次回例会にて感謝状を贈ることになっている。

TDLのサークルビジョン

米国旅行を上映

全周映画で米国ディズニーと同じ

東京ディズニーランド（千葉県浦安市、㈱オリエンタルランド経営、TDL）では「サークルビジョン・シアター」の上映内容を「アメリカン・ジャーニー」に変更し、五月十七日上映開始した。

このフィルムは九台のカメラを使いアメリカの姿をさまざまな角度から紹介しており、米国のディズニーランドとディズニーワールドですでに上映されているもので、TDLを加え三ヵ所同時上映となる。全周スクリーンにより十九分間上映。千二百人収容。TDLではこれを記念したイベントを十日間開催した。

新会社設立

㈱小宮スポーツセンター＝大阪市浪速区難波中三の七の二、新難波ビル、☎六四七―一五一一、木村律子社長（東京の同名会社・大阪営業所が四月一日付で分離独立したもので、資本関係はない）。

事務所移転

㈲ビジョン＝北海道江別市野幌住吉町三十二の十一、☎（〇一一）三八三―七五七四、森本輝昭社長。

㈱ナムコ・経理部＝東京都大田区矢口二の一の二十一、同・監査室＝同多摩川二の八の五（これまで蒲田分室＝朝日ビル＝に残っていた部門が本社・クリエイティブセンターまたは営業本部へ移転。これで朝日ビルからの移転が完了した）。なお同社では四月一日付で機構改革、人事異動を行ない、重役では市瀬龍雄販売部長が商品部長に、高木慶治商品部長が販売部長となっている。

東京サマーランド 屋外遊園地を一新 絶叫マシンを軸に9機種導入

本格的な遊園地に"変身"

新しく「スリルマウンテン」という名称もついた屋外遊園地入口

東京サマーランド（東京都秋川市、㈱東京サマーランド経営）では、屋外遊園地を取り壊し新しい遊園地「スリルマウンテン」の建設を進めていたがこのほど完成。日本初登場三機種を含む計九機種の大型乗物機を導入して、四月二十六日より営業を開始した。

東京サマーランドは東京都の西端、秋川丘陵の広大な自然を利用して昭和四十二年七月に開園したレジャーランドで総面積は約百五十万平方メートル。開園当初は東京サーキットという名称で自動車レース主体のレジャーランドであったが、昭和四十六年に東京都競馬㈱が経営に参加し名称を現在の東京サマーランドに改めた。同ランドはその名称どおり"常夏"を最大のセールスポイントとしており昨年の入場者は約百万人。中心となっている施設は、全天候型の"ビッグドーム"（長さ百七十メートル、幅八十五メートル、高さ二十五メートル）である。ドーム内は年間を通じて気温が二十八度から三十度に保たれており約一万五千本の熱帯樹が繁っている。このドームの中には波の出るプール（六十四メートル×二十二メートル）屋内遊園地（バイキング、タワーサイクル、ジャングルカー、おばけ屋敷など）、ゲームコーナー、グランドホール、大浴場などの施設がある。このほか屋外には九種類のプール、ボウリング場、ゴーカート、テニスコート、ロッジ、つり堀、キャンプ場、ゴルフ練習場、グランドなどがある。屋外遊園地は乗物機を中心に十五種類の遊園施設が設置されていたが昨年九月で営業を中止。古い施設はすべて撤去され、今回新たに「スリルマウンテン」として大型機九機種が導入された。

世界初登場、音楽に乗って客席が上下する「フラッシュダンス」

日本初登場の絶叫機「ルーピング・スターシップ」

東京サマーランドでは長期的な総合レジャーランド計画に基づき施設の整備、拡充を進めており、「スリルマウンテン」はその一環として総工費約三十億円を投入して開設されたもの。同社では「今回の『スリルマウンテン』は家族連れを対象としたものではなく狙いはヤング層で、エンターテイメント性とスポーツ性を追求した新しいスタイルの遊園地」としている。

日本初3機（うち世界初1） ヤング層の集客増期待される

さて「スリルマウンテン」に設置された九機種のうち八機種は外国製、残り一機種が国産である。外国製八機種のうち三機種は日本初登場（うち一機種は世界初登場）。また一機種は姫路セントラルパークに次いで二機目というもので、同ランドでは絶叫マシンを中心に若者に人気の高い機種を選んだとしている。九機種とも川鉄商事㈱を通じて導入され、運営は同社の子会社であるケーシー・アミューズメントの委託となっている。なおドーム内の遊園施設は直営となっている。「スリルマウンテン」の設置機種は次のとおり。

四十メートルの高さから急降下する「フリーフォール」

「フラッシュダンス」（オランダ・ベコマ社製）＝世界初登場の乗物機でBGMの音量の大小とリズムの変化によって個々の客席がスピードを変えながら上昇、下降、停止を繰り返す。乗客の意志で客席を回転させることもできる。上下運動幅は最大二・五メートル。幅二十三メートル、奥行十二メートル、高さ六メートル、定員四十二名、所要時間二分、利用料金三百円、身長制限あり。

「ルーピング・スターシップ」（スイス・インタミン社製）＝日本初登場の絶叫機。スペースシャトル型の宇宙船が最初はゆっくりと前後に機体を振り、次第にスピードを上げ振り幅も大きくなり最終段階では三百六十度回転する。回転時の高さは二十六・五メートル、回転速度毎分九百メートル、回転半径十四メートル。幅十六メートル、奥行十四メートル、定員五十名、所要時間九十秒、料金五百円、身長制限あり。

「トルネード」（ベコマ社製）＝全長三百七十メートルのループ&コークで日本初登場。距離は短かいが最大遠心力は三Gで龍巻（トルネード）に巻き込まれたような気分が味わえるというもの。最高時速七十キロメートル、最小回転半径五・二メートル、定員二十八名、所要時間七十五秒、身長制限あり。

「フリーフォール」（インタミン社製）＝地上四十メートルの高さからゴンドラに乗って時速九十キロメートルのスピードで垂直に急降下する。最大五・一Gの重力が体験できる。姫路セントラルパークとほぼ同時に設置され国内では二機目。定員三十二名、幅十五メートル、奥行六十五メートル、所要時間二分、料金六百円、身長制限あり。

「ウェーブスウィンガー」（西独ジーラー社製）＝波に乗ったように上下に揺れながら回転するブランコ。回転半径十一メートル、定員四十八名、所要時間九十秒、料金二百円。

「フライングカーペット」（ジーラー社製）＝四十人乗りのカーペット。デザインが凝っており同じものは世界に二台だけ。所要時間九十秒、料金三百円。

「テレコンバット」（イタリア・SDC社製）＝回転飛行しながら前を行く戦闘機を撃つと、その戦闘機が上下に揺れる。定員二十八名、所要時間二分、料金二百円。

「マッターホーン」（SDC社製）＝二十台の車が最高時速四十キロメートルのスピードで傾斜面を回転する。定員四十名、所要時間二分、料金三百円。

「コーヒーカップ」（関西娯楽㈱製）＝白を基調としたオリジナルデザインのカップ。定員四十八名、料金二百円。

園内の装飾やレストラン、売店などの付帯設備は若者向きのデザインとなっており同ランドでは"アメリカ西海岸の風と波"をテーマにしたとしている。この「スリルマウンテン」の開設により同ランドでは今年度の入場者は昨年の約五割アップ、百五十万人を見込んでいる。

波乗りブランコ「ウェーブスウィンガー」

凝ったデザインの「フライング カーペット」

時速40kmで回転する「マッターホーン」

回転しながら撃つ「テレコンバット」

スリルマウンテン・レイアウト

日本初登場の「トルネード」、下は独自デザインの「コーヒーカップ」

新風営法でゲーム場大打撃、遊園地は全体に横ばい状況

余暇開発センター調べ「レジャー白書86」から

日本人の余暇活動および余暇関連産業の現状分析、今後の見通しなどをまとめた「レジャー白書86」が四月二十五日、㈶余暇開発センター（東京、佐橋滋理事長）から発表された。男女雇用機会均等法が施行されたこともあり、今回は「レジャーも女性の時代」と、女性の余暇の現状、変遷をひとつのテーマに据えた白書になっている。しかし、AM業界においては、調査年度（昭和六十年）は「新風営法」施行元年としての意義が高く、その調査結果も施行による深刻な影響を反映していることに注目しなければならないだろう。そこで本紙では、主に「ゲームセンター・ゲームコーナー」など関連の種目に焦点を絞って、同白書を考えてみる。

まず白書の全体像について。昭和六十年の余暇活動の最大の特徴は、観光・行楽部門が大幅に増加したことにあるとし、これは「筑波博の開催、新幹線の上野開通、正月休みやゴールデンウィークの大型化、アウトドア志向の高まりなどがその背景」にあると分析、今後もこの傾向が続くと予想している。また余暇活動の参加人口では、トップの外食（五千九百二十万人）のみならず、二位のドライブ、三位の国内旅行も五千万人台となり（五十九年は外食のみ）、参加人口の大型化が進んでいるとしている。

女性は、「経済力の向上を背景に、より積極的・活動的なレジャーへの志向を強めている」とし、女性の参加率が顕著に伸びている種目の多いことをその例にあげている。また多くの種目で女性の成長性指標（参加希望率／参加率×一〇〇）が男性のそれを上まわっているデータをあげ、その多様なニーズに社会の側が対応すべきことを提言している。

余暇市場は、五十兆百九十二億円と初めて五十兆円の大台にのり、対前年伸び率も四・七%と堅調であり、過去のシェアを占める娯楽部門の伸びがやや低調ながら、スポーツ部門のサービス分野、および旅行関係は安定した伸びを見せた——としている。

昭和六十年の国民総支出（名目）が三百十七兆六千百六十三億円であることから、余暇市場はその十五・七%に当たり、さらに同年の民間最終消費支出（名目）は百八十四兆九千七百四十億円であることから、その二十七・〇%を占める。

TVゲームは業務用より 家庭用が圧倒的に優位

では、娯楽部門の中に位置する「ゲームセンター・ゲームコーナー」はどうなのか。余暇市場について見ると、六十年度は千三百七十一億円で、前年の千六百十三億円と比べるとマイナス十五・〇%の減少。全種目の中でも「和洋裁・編物・手芸（十五・三%減）」につぐ激減となっており、過去数年間に堅調な伸びを示していた（**下のグラフを参照**）だけに、一変した結果となっている。

これに対して同白書は「家庭用ゲームの普及のあおりやヒット機が少なかったため低調を余儀なくされていた上に、昭和六十年二月の新風営法施行により、」二ケタのマイナス成長になったと分析している。これは、おおよそ的を得たものと言え、とりわけ「新風営法」に関しては、AM業界内で「影響なし、むしろ好材料」とする部分もあるだけに、外部からの戒めのひとつとして、厳粛に受け止める必要があるだろう。

また参加率（十三・一%）、参加人口（千二百五十万人）、年間平均活動回数（十四・一回）についても、いずれも過去数年間の増加から一変して、減少に変わっている。

同白書は、余暇活動の変化を参加率と年間平均活動回数をもとに「拡大化」「大衆化」「マニア化」「衰退化」の四つの次元で分類しているが、「ゲームセンター」は前記の結果により、「麻雀、サウナブロといったナイトレジャー」と同等に「衰退化」に位置づけられてしまっている。

成長性指標について見ると、見通しはさらに暗い。成長性指標とは、参加希望率を参加率で除して百倍したもので、成長性の「相対的な指標になり得る」ものとしている。

それによると成長性の高い種目には、男性では①海外旅行（七三八）、②サーフィン・ヨット・スキンダイビング（二七六）、③ビデオ制作（二二八）、女性では①海外旅行（一、〇二六）、②グリーン上のゴルフ（五三七）、③陶芸（四二八）などだが、対して成長性の低い種目の筆頭が男性（三一）、女性（二九）とも「ゲームセンター」なのである。

「ゲームセンター」に対して、このような厳しい結果が出ているのに対して、家庭での「テレビゲーム・電子ゲーム」の現状は明るい。

余暇市場の推移
（昭和60年）

億円	57	58	59	60年
遊園地	3,739	4,472	4,700	4,799
家庭でのTVゲーム・電子ゲーム	1,520	2,020	1,705	2,520
ゲームセンター・ゲームコーナー	1,463	1,542	1,613	1,371

余暇市場の推移では、前年の落ち込みから、二千五百二十億円へと一気に四七・八%増加の好転となっている（**右ページのグラフ参照**）。

また年間平均活動回数では、初めて上位二十位中の十七位（三十・二回）に入ってきた。これに対して、同白書は「今年はコンピュータゲームが空前のブームとなったことを受け、テレビゲーム・電子ゲーム（家庭での）が十七位に登場」したと分析している。

ちなみに、「テレビゲーム」の年間平均費用は一万二千百円（「ゲームセンター」は八千三百円）となっており、これを回数で除すると一回当たりの費用は四十円（同、五百九十円）で、全種目中最低の金額となる。

回数については、女性の高年層の参加回数が多いことがひとつの特徴としており、これは「さしずめ、子供や孫と一緒に楽しむ、といったところか」と分析。「テレビゲーム」のイメージアップのための好材料のひとつにあげてよいだろう。

成長性指標などを含めて、今後の見通しについては特に言及されていないが、前記のデータなどから、明るいと言ってよいだろう。

「遊園地」については「開業三年目で入場者の落ち込みが予想された東京ディズニーランドが、前年比増と依然人気を保った」と特筆されているのが目につく。

しかし全体的には大きな変化は示されていない。まず、余暇市場は前年度の四千七百億円から四千七百九十九億円へ二・一%の微増に止まっている。また参加人口は前年度の三千三百二十万人から三千六百四十万人へ九・六%の増加。これは余暇活動全種目中九位の人口数で前年度も同順位だった。

一方、年間平均活動回数は、昭和五十四年の五・六回をピークに減少傾向を示しており、六十年度も前年度の三・九回から三・四回へと減少した。参加率が前年度の三五・四%から三八・二%へ増加したことと、この回数が減少したことを考え合わせると、「その活動をやる人は増えるが、一人当たりの頻度が減る」という「大衆化」の次元で分類される。

同白書はこれらを総合して「遊園地」は「全体では横ばい状況にとどまった」と結論づけた。

そのほか年間平均費用一万五千四百円、一回当たり四千五百三十円とのデータも示している。

女性にとってのゲーム機 〝参加率〟で目立つ差

「ゲームセンター」が「衰退化」し、「テレビゲーム」が「拡大化」（ブーム化）、そして「遊園地」が「大衆化」しているというのがこの白書から読み取れる内容だが、では「ゲームセンター」には光明はないのだろうか。それを考える上で、ひとつの指標を示していると考えられるのが、次の性・年代別余暇活動参加率の特徴（**左のグラフ参照**）である。

これによると「ゲームセンター」「テレビゲーム」では、若年層（男性）の参加率がきわだって高いことが見て取れる。

「ゲームセンター」では全体の参加率が十三・一%、男性全体の参加率が十八・三%であるのに対し、十代男性の参加率は五〇%、二十代男性は四四・五%を占めている。

「テレビゲーム」でも全体が二二・一%、男性全体の参加率が二五・七%であるのに対し、十代男性は五八・〇%、二十代男性は三八・五%となっている。

この白書は十五歳以上を対象にしており（これが同白書のひとつの限界と言える特徴である）、前記の種目がむしろそれより下の年齢層にも多く親しまれていることを考えると、若年層中心の傾向はさらに顕著に現れると言えるだろう。

一方、男性の中高年層や女性の参加率を見ると「ゲームセンター」と「テレビゲーム」では、その傾向に差異が出ている。

「テレビゲーム」がより広範な層の参加を得ているのは一目瞭然。「ゲームセンター」の三十代以上では三十代の男性が十八・九%を示している以外はすべて〇—八・二%の低い参加率となっている。対して「テレビゲーム」は三十代男性が三二・七%、女性が二七・二%、四十代男性が二五・〇%、女性が十五・六%となっている。

とりわけ女性の参加率の差は著しい。「ゲームセンター」へは「母親層」の参加がごく少ないのに対して、「テレビゲーム」ではそれが多いとも言えるだろう。さらに、後者では、二十代女性が二五・七%であるのに対し、三十代女性が二七・二%と、参加率が〝逆転〟しているのも目につく。

つまり若年層主導で購入された「テレビゲーム」機の魅力に母親たちもとりつかれていったことが想像できる。

「ゲームセンター」が「衰退化」から転じるひとつの性・年代別のターゲットがここに示されているとし、そのための手段を考えていくことがAM業界に求められていることのひとつと言えるのではないだろうか。

レジャー白書の調査方法

同白書は、数次にわたる「余暇活動に関する調査」によって、国民の余暇活動への参加実態をまとめたもの。調査では86種目の余暇活動について、5万人以上都市に居住する15歳以上の男女 3,000人（回収 2,476人）を対象に、参加率（1年間に1回以上）、年間平均活動回数、年間平均費用、参加希望率などが調べられた。参加人口は参加率に15歳以上の人口（昭和60年12月現在） 9,520万人を掛け合わせて推計した。また余暇市場（売上高推計）は、各種統計データやアンケート調査の利用、業界ヒアリングなどによっている。

性・年代別余暇活動参加率の特徴
（昭和60年）

ゲームセンター・ゲームコーナー（%）

	全体	男	女	10代		20		30		40		50		60以上	
値	13.1	18.3	8.3	50.0	26.0	44.5	19.8	18.9	6.2	8.2	2.8	3.5	2.0	0.5	0

家庭でのテレビゲーム・電子ゲーム（%）

	全体	男	女	10代		20		30		40		50		60以上	
値	22.1	25.7	18.7	58.0	35.4	38.5	25.7	32.7	27.2	25.0	15.6	7.1	4.4	4.4	2.0

遊園地（%）

	全体	男	女	10代		20		30		40		50		60以上	
値	38.2	34.8	41.3	37.0	62.5	40.0	55.3	56.7	63.9	29.1	22.4	20.2	21.0	18.6	14.2

訂正　本紙前号1めんの「レジャー白書86」文中の「余暇市場は、五十兆百九十二万円」は「五十兆百九十二億円」の間違いでした。謹んで訂正します。

全国市街地ゲーム場

オペレーションの実態とオペレーターの意見

岡山・駅前、表町

第26回

岡山市・駅前周辺と表町の商店街周辺のゲーム場は、二年前の本紙調査と比べて、その数に変化はないが（計十一軒）、個別に見ると、二軒が新しいものだった。この二軒は、いずれも「新風営法」が施行されてから、その影響を見て、いわば「傾向と対策」を立てて開店したものだけに、その周辺の古くからのゲーム場には注目されているようだ。

まず駅前周辺の六軒について。「岡山高島屋屋上プレイランド」は、高島屋岡山店の屋上で乗物機を中心に運営されている。

機械は、メリーゴーランド一台を含めて乗物機が約三十台、アーケード機が十三台。TVゲーム機はアップライト型主体に十台設置されており、これらはすべて買い取り。

同店の管理者、泉陽興業㈱の有松隆夫氏は「閉店時間が午後五時半なので風営法は関係ない」と語るが、「客は次第に減っているようだ」と屋上店という形式そのものへの需要の減少を憂う。

「ここは、いわば高島屋のお客さんの子守り」と笑う有松氏だが、ともあれ無事故が一番大切と話を締めくくった。

「プレイスクエア・スティング」は、㈱オフィスユーの直営店。昨年の十一月に、内外装を改装したのを機に、店名（元「ニューカジノ本町店」）のみならず、運営会社名も変更した。

内壁は赤から白へ、照明はカラフルな蛍光灯へ変え、清潔で若者向けのイメージになっている。

フロアは約七十三平方㍍で、機械はテーブル型TVゲーム機が四十二台、アーケード機が二台で、すべてが買い取り。料金は百円。営業時間は午前九時から午前0時まで。

同店の平岡隆司店長は「やっぱり午前0時は経営にこたえています。三十分前には大半帰ってしまいますから」と語る。今後は高校生以下にどう対処するかが大切とし、健全な雰囲気づくりに努力していた。

「スターダスト」は、㈲日栄興業の直営店で、駅前商店街から映画館に向かう道路の角にある。

昨年の春に内外装を改装し、内側は青系統の色に統一、外にはネオンの看板を付け加えた。

フロアは約百平方㍍で、機械はテーブル型中心のTVゲーム機が約六十台、メダルゲーム機が九台、フリッパーが三台で、大半が買い取り。料金は百円。営業時間は午前八時半から午前0時まで。

同店の従業員、山本洋一氏は「新風営法」について、「子どもはもともと午後六時頃に帰っていましたから、あまり影響はありません」と語る一方で「ただ土曜日のオールナイトの映画のときは影響が出ているかもしれません」と述べている。

開店以来、約五年の同店は「明るく清潔な雰囲気の店」をモットーに、とくに未成年者の喫煙には注意して運営を続けていくそうだ。

昨年の11月に内外装が一新されて店名も変わった「プレイスクエア・スティング」。下は同店の平岡隆司店長

高島屋岡山店屋上にある「岡山高島屋屋上プレイランド」のようす。メリーゴーランドが人目を引いている

「ビデオイン・タッチアンドゴー」は、ドレミの街地下にあり、周辺には食料品店が並んでいる。

店内の壁にはディズニーのキャラクターが張られ、親子連れの子どもにターゲットを絞っている感じだ。

フロアは約五十平方㍍で、機械はテーブル型中心のTVゲーム機が三十四台、アーケード機が九台で、すべてセガ社からのリース。TV機の料金は百円。営業時間は午前十時から午後七時。

同店の従業員は客層について、「場所柄からかほとんどが買い物をする親子連れと子どもたち。やはり、土、日曜は多いですよ」と語る。ドレミの街に合わせて閉店が午後七時なので、「新風営法」による影響はさほどないようだ。

「ダイエー屋上遊園地」は、ダイエー岡山店の屋上にあり、㈱ダイエーレジャーランドが運営している。

二年前と比べるとやや乗物機が増えたほか、かつて"ごろりん峠"と名づけられていた無料遊戯施設が老朽化したため取り壊され、替わってプラスチック製のジャングルジムが設置されたなどの変化があった。

機械はレール式乗物機二台を含めて乗物機が二十一台、アップライト型のTVゲーム機が九台、アーケード機が一台、エアーアクション遊具が一台。買い取りとリースの機械があり、リースは大阪テントやホープなどから。営業時間は午前十時から午後六時まで。

同店の管理責任者、浜昭氏は「ゆっくり、落ち着いて遊べるように」をモットーに配列に気を使っているとし、今は乗物機中心だが、屋根さえあればTVゲーム機にも力を入れたいと語っていた。しかし、ビルそのものを借りているのでむやみに変えることができないので、当分は現状維持でいくとのこと。

全体的に客足が遠のく

次は表町周辺の六軒。「プレイスクエア・ウィル」は、昨年の十一月十四日にオープンした。ビルの二階の一室を占める同店は、新しいだけに凝った作りとなっている。とくに商店街に面した外側一面をガラス張りにして、コックピット型ゲーム機で遊んでいる様子が見えるようにしたり、十六面のモニターでゲーム内容が上映されたりしているのは斬新。

フロアは約百三十平方㍍で、機械はTVゲーム機だけが約六十台ですべて買い取り。料金は百円。営業時間は午前九時から午前0時まで。

運営者は「プレイスクエア・スティング」と同じ㈱オフィスユー。

同店店員の小原明夫氏は「昼間は学生、夜からはサラリーマンと客層が分かれており、また子どもたちも日が暮れてくれば、自然に帰っていく感じ」で、運営上の苦労はさほどないとのこと。

来場者たちにコーヒーを無料でサービスしたりマンガを中心に置いた無料の読書コーナーを設けたり、サービス面に力を入れている印象。またゲーム機のポスターを張っているゲーム場が多い中で、同店の「アイドルポスター」は新鮮だった。

「天満屋屋上子どもの国」は、天満屋岡山店の屋上にあり、土井産業㈱が運営している。

機械は観覧車などの大型乗物機二台を含めて乗物機が二十四台、TVゲーム機が二十四台、アーケード機が二十台、エアーアクション遊具が一台など。

同店の従業員は「客層の

レール式乗物機2台を含めて乗物機中心に配列されている「ダイエー屋上遊園地」のようす

上は昨年12月にオープンした「プレイスクエア・ウィル」の斬新な外装。下は無料の読書コーナーも併設されている同店内のようす

上はネオンの看板の目立つ「スターダスト」の外装。下は子どもたちでにぎわう同店内のようす

ドレミの街の地下にあり、買い物をする親子連れが中心の「ビデオイン・タッチアンドゴー」のようす

全国市街地ゲーム場

岡山・駅前

多くは、乗物機で遊ぶ親子連れだが、その数はやや下降している」と語り、ほかの二店の屋上施設と同じ傾向が感じられた。遊びの質が変わり、ちょっと遊ぶにも車で郊外へ出てしまうのでは、と同従業員は寂しげだった。

「ハイテックセガ表町」は、今年の四月十一日にセガ社がオープンしたばかりで、駅前、表町周辺では最も新しい店。

総ガラス張りの外装はファッショナブルで、内装は白を基調にしたシンプルなものとなっている。

フロアは一階の約百三十平方㍍、二階の約百十平方㍍に分かれている。機械はテーブル型を中心にしたTVゲーム機が約五十台、フリッパーが四台、アーケード機が一台、メダルゲーム機が六台。料金はTVゲーム機が百円。

上は今年4月に新設された「ハイテックセガ表町」の外観。下はシンプルな同店内のようす

同店の責任者は「開店してまもないので、コメントは避けたい」としたが、「新風営法」による各ゲーム場の影響を見た上で開店した店とは言え、その運営には自信ありげだった。

ゲーム場が集中している場所での新しい店だけに、周辺からいろいろな意味で注目されている。

新店舗に注目が集まる

「ジョイランド・オカヤマ」は、㈱タイトーが岡山市内で運営する四店のうちのひとつ。

広々としたフロアに比較的ゆったりとした間隔でゲーム機が設置されている。

フロアは約百二十平方㍍で、機械はテーブル型を中心としたTVゲーム機が四十八台、フリッパーが三台。料金は百円。営業時間は午前十時から午前0時まで。

同店の従業員は「来客のピークは午後三、四時で、やはり学生中心。風営法の影響は、はっきりしたことは言えませんが来客数は減っているようです」と語る。

壁面には手書きで各ゲーム攻略の必勝法がびっしり書き込まれた模造紙を張るなど、サービス面での細かな努力が感じられた。

広々としたフロアにゆったりと機械が配列されている「ジョイランド・オカヤマ」のようす

近々、大幅に改装する予定という「ゲームファンタジア・ラスベガス」のようす

天満屋屋上にある「天満屋屋上子どもの国」のようす。観覧車などの大型機も設置されている

「ゲームファンタジア・ラスベガス」は、宇宙ロケットや星条旗などの華やかな外装が目につく店で、運営者は㈱エムエーエス。

フロアは約百五十平方㍍で、機械はテーブル型を中心にしたTVゲーム機が約六十台、フリッパーが二台、アーケード機が三台、メダルゲーム機が三十七台。ほかにカップヌードルなどの自販機も五台あり、大半が買い取り。営業時間は午前十時から午前0時まで。

同店の従業員、菱川浩一郎氏は「土曜など十二時に閉店するのが本当にもったいない。痛いですよ」と「新風営法」による影響を語る。かつては午前二時まで営業しており、この二時間の差は大きいという。

しかし今後は「ともかく、お客との言葉使いには十分気を配り、遊びやすい店として親しんでもらえるように努力するのみ」とのこと。

なお六月初めから約一カ月かけて、内装中心に

謹告

平素は格別のお引き立てを賜り、厚くお礼申し上げます。

このたび弊社が発表致しました「妖獣伝」(HeroicEpisode)は弊社独自で開発したオリジナル製品であり、この製品に関する一切の権利は弊社が所有しております。

従って、弊社に無断で模倣、又は類似する製品を製造、販売、輸出、及びこれらの製品を使用して営業する行為は不正競争防止法、工業所有権法、著作権法等に抵触し、弊社の正当な諸権利を侵害することになります。

就きましては、これらの行為のないよう充分ご注意を賜り、業界秩序の維持、健全な発展の為に、皆様のご理解とご協力をお願い申し上げます。

昭和六十一年六月

大阪市西区西本町一丁目十一番九号 岡本興産ビル
アイレム販売株式会社
代表取締役 高嶋 由之

●この商品は弊社(アイレム販売)の応諾なしに海外への出荷は出来ません。

謹告

平素は、格別のお引き立てを賜り、厚くお礼申し上げます。

このたび発売致しました、新製品「アルゴスの戦士」(外国名:RYGAR)は、弊社が開発したオリジナル製品であります。

従って、この機械を無断で模倣、又は類似する製品を製造・改造・販売・輸出等の行為をすること、及びこれらの機械を使用して営業することは、著作権法、工業所有権法、不正競争防止法に抵触し、弊社の正当な権利を侵害することになります。

つきましては、これらの行為のないよう充分に、ご注意賜り業界秩序の維持、健全な発展の為に、皆様のご理解とご協力をお願い申し上げます。

昭和六十一年六月

東京都千代田区神田須田町二丁目二番 須田町藤和ビル八階
テクモ株式会社

大幅な改造をする予定という。

「ゲームセンター・アトム」は、「ラスベガス」と同じく、㈱エムエーエスが運営している。

フロアは約七十三坪で機械はテーブル型TVゲーム機中心に二十六台、うち麻雀ゲームが十八台を占めるのが特徴的だ。料金は五十円。営業時間は午前十一時から午前0時まで。

同店の従業員は、客層が小、中、高校生中心なので、とくに喫煙には気を使っていると語っていた。また低料金なので、じっくり遊んでいく人が多いとも。

最後に岡山市内のゲーム場の現状を、岡山県アミューズメントマシンオペレーター協会の会長、松田次雄氏に語ってもらった。同氏は前記のゲーム場「ラスベガス」「アトム」の運営会社の社長でもあるが、「ともかく風営法によるさまざまな影響は深刻で、とくに専業で営業している人は切実な問題」と断言、「このままでは協会そのものも分解してしまうのではないかという危機感を持っている」と語る。

客そのものが離れていくこともそうだが、「新風営法」後に急増したギャンブル機設置店による悪影響も大きいそうだ。

「協会ができて二年になろうとしており、私の任期もこの秋まで。それまでに、何とかよい協会になるよう尽力する」とし、具体的にはPTA側と協会側の話し合いの場を持つことや協会員の加入率を高めるための方策を考えるなど、内部の結束と意識を高める努力を続けていくそうだ。

ともあれ、この岡山も〝G機問題〟によって根底から揺さぶられていると言える。

「風営法によるさまざまな影響は深刻」と語る岡山県AMOP協会の松田次雄会長

全機50円で運営されている「ゲームセンター・アトム」のようす

全国市街地ゲーム場

岡山・表町

データ(順不同)

岡山高島屋屋上プレイランド 岡山市本町6-40、高島屋岡山店屋上、☎0862-32-1111、本社=泉陽興業㈱(☎06-632-1051) 1

プレイスクエア・スティング 本町1-3、☎32-9991、直営=㈱オフィスユー(☎32-9991) 2

プレイスクエア・ウィル 表町2-2、タンポポビル2階、☎27-9314、本社=同上 3

スターダスト 駅前町1-7-2、☎26-4998、直営=㈲日栄興業(☎25-3206) 4

ビデオイン・タッチアンドゴー 駅前町1-8-5、ドレミの街地下、☎22-2570、本社=㈲福池(☎31-0291) 5

ダイエー屋上遊園地 所在地同上、ダイエー岡山店屋上、☎32-8811、内線207、本社 =㈱ダイエーレジャーランド(☎06-380-4526) 6

天満屋屋上子どもの国 表町2-1-1、天満屋岡山店屋上、☎31-7764、本社=土井産業㈱(☎06-633-4741) 7

ハイテックセガ表町 表町2-7-33、☎32-9267、本社=㈱セガ・エンタープライゼス(☎03-743-7400) 8

ジョイランド・オカヤマ 表町3-9-26、☎23-5768、本社=㈱タイトー(☎03-264-8611) 9

ゲームファンタジア・ラスベガス 表町3-11-5、☎32-9216、本社=㈱エムエーエス(☎32-4133) 10

ゲームセンター・アトム 表町3-14-1、☎22-5272、本社=同上 11

データの見方は、左から店名、所在地、電話番号、運営者(ゲーム機オペレーター)、そして地図上の位置を示す番号の順となっている。

クレジット式のTV機全面禁止

ニューヨーク州が"灰色機"一掃作戦

クレジット/ペット式のいわゆる"灰色機"に関して、ニューヨーク州ではこれらのオペレーションを全面的に禁止することになった。賭博に使われやすいこれらの"灰色機"の営業禁止は、かつてのピンボール機禁止（一九四二年－七六年）を思い起こさせるほどで、最近のクレジット/ペット式の"灰色機"の運命を見るようである。ただし今回の"全面禁止"は酒類提供・販売店に関するものであるが、結局のところ"灰色機"はギャンブル機と同様だとみなされたわけであり、今回の措置は日本でも十分検討の価値があると考えられる。

ニューヨーク州のアルコール飲料取締局（ABC）は酒類提供・販売の許可、取締りを担当しているが、このほどその規則を改正、「許可を得て酒類提供・販売する店においてクレジット/ペット式の遊技機をオペレートすることを全面的に禁止する」ことを決め、四月二十八日付で施行した。該当する店はスナック、バーなどはもとよりスーパーマーケット、雑貨店にも及び、これらの遊技機をオペレートすれば酒類提供・販売の許可は取消されるため、これらの遊技機は全面的に撤去されることになる。

対象となる遊技機の定義はおよそ次のとおり。

――「硬貨作動式TVゲーム機で、①遊技者の技術による遊技の結果が表示されているかどうかに関係なく、偶然性による遊技の結果が表示されるもの、②ポーカー、ブラックジャック、ダイス、カジノ賭博、競馬などの賭博行為に一般的に関連する遊技を、直接的または間接的に基本とするもの、③営業形態において遊技者に対して、遊技の延長、無料化またはその他の見返りを与えることを目的としたクレジットまたは点数を増やすことを許すという内容の、TVゲーム機」

例示されている遊技機名には、ジョーカーポーカー、ハイロー・ダブルアップ・ジョーカーポーカー、ドローポーカーなどいくつか挙げられているが、これらは例示であり、定義に合致するものが禁止の対象となっている。なお定義中の言い回しは英語独特のもので日本語としてはたしてこれで妥当かどうかを含めて、十分検討する価値がある。

同州ではこれまでTVポーカーなどの"灰色機"営業をめぐって、賭博の疑いによる検挙、押収が繰り返されてきたが、今回の措置で取締りを強め、これらの遊技機の一掃を図るもようであり、その効果が期待される。

ヒットした「ガントレット」の 2人用を新開発

アタリ社の技術で独自の2人用

米国のアタリゲームズ社（本社カリフォルニア州ミルピタス、中島英行社長）ではこのほど、同社TVゲーム機「ガントレット」の二人用、「ガントレット2P」の発売を開始した、と発表した。同ゲーム機はもともと四人用、ゲーム進行中参加型で大ヒットとなった機種だけに、二人用の出現はかなりの反響を呼びつつある。

これはとくに設置面積の小さいロケーション用に開発されたもので、キャビネットも小さくなっている（高さ約166cm、横幅約64cm、奥行約85cm、重さ121kg）。

しかし、二人用といっても四人用と同じゲーム内容で、ウォリヤー、ヴァルキリー、ウィザード、エルフの四キャラクターが登場する。ではどこが二人用なのか？

まず硬貨投入口が二つあり、左側に投入すると左側の操作スイッチを扱うことになる。次に八方向レバーとスタートボタンで左側二つのキャラクターのうちいずれか一方を選んで、ゲームに参加する。なるほど、ではもうひとつのキャラクターは置き去りになるのか、と言うと、それはコンピューターが自動的に操作してくれる、と答えが返ってくる。こうして四つのキャラクターが動き回り、うち二つを二人のプレイヤーが八方向レバーと二つのボタンで操作していく、というわけだ。

この考えかたは、今までにないものである。

Atari Game's "Gauntlet 2p"

コピーヤー2名に宣告猶予の言渡し

NY連邦地裁で寛大な刑の言渡し

米国のメーカー、ディストリビューター協会であるAAMA（アメリカン・アミューズメントマシン・アソシエーション、本部ジョージア州アレクサンドリア、ロバート・ロイド会長）では、元FBI捜査官のロバート・フェイ氏を事件担当役員に採用しているが（本紙前号参照）、フェイ氏がこのほど明らかにしたところによると、ニューヨーク州で二名の被告に刑の宣告が行なわれた。

五月八日、ニューヨーク州バッファローの（連邦地方）裁判所（ジョン・カーチン裁判官）は、カーメン・ガロー、アルフレッド・メルキオーレの両被告に対し、ともに三年間の保護観察（宣告猶予）に処すとともに、毎年通算六百時間の公共奉仕活動をするよう求める――という刑の宣告を行なった。宣告猶予の制度は日本にはないが、教育刑の一種で、もし三年以内に同様の違法行為を行なったなら、連邦刑務所で三年間暮すことになる。

両被告の罪状は台湾からニューヨーク州に輸入されたニセモノTVゲーム機を販売しようとしたことで、共謀して著作権を侵害したというもの。両被告はこの罪状を認めている。カーチン裁判官は、両被告に実刑を負わすことも考えたが、被告らの年齢や現在もはやその種の仕事に就いていない点から、寛大な刑の宣告となった。

この事件に関してAAMAは、連邦検察による取調べに積極的に協力しており、連邦検察はそのことに感謝したとのこと。AAMAは、TVゲーム機の無断コピー品や並行輸入品の追放に向け、さらに積極的な法的手段を活用するとしている。

なお無断コピー品、並行輸入品問題について、このほどカナダと米国で重要な司法判断が示されたこともAAMAは明らかにしている。その内容はおおむね次のとおりである。

カナダの連邦裁判所は五月一日、カナダの著作権法は音楽、文芸などと同様にコンピュータープログラムについても創作後五十年間その著作権を保護する、という判断を示した。これはカナダ・アップル社が同社パソコン「アップルII」のぼう大な数にのぼる類似品メーカーと販売業者を相手どって訴訟を起こしていた裁判で、バーバラ・リード裁判長が示したもの。

このカナダでの司法判断により、カナダ税関はTVゲーム機の無断コピー品ならびに並行輸入品を差止めないし押収することになり、米国への流入も困難になることが期待されている。なおAAMAでは、TVゲームについてコンピュータープログラムの著作権だけでなく視聴覚著作物（映画と同等）として保護するようカナダ警察と打合せを進めているとのこと。

もうひとつは米国の司法判断。五月六日、ワシントンDCの控訴裁判所は、下級審決定を覆し、「合衆国にヤミ市場品の輸入を許すとする連邦税関（カスタム）の規則は関税法五二五条違反である」との決定を下した。これは、米国の登録商標に類似したマークを付けた外国製品に関して、示された判断。米国の商標保護機関であるCPIAが当初ワシントンDCの連邦地裁で訴えを退けられ、控訴していたもので、今回の決定により連邦税関は規則を改めて見直しつつある。

フェイ氏は、この決定がなくとも関税法で並行輸入品などを押収できるわけだが、今回の司法判断でさらに容易になった、と語っている。

なおAAMAではこのほど通常総会を開催。並行輸入対策の具体案をまとめたほか、役員を改選した（次号で詳報）。

どちらもギャンブル機だが…… SWPもAWP

英国産のビール業界決定で論議

英国の業界ではSWP（スキル・ウィズ・プライズ）機と呼ばれる現金ペイアウト遊技機が最近野放しになってきているが、ゲーム業界を左右する力のあると言われているビール醸造・供給業界はこのほど「SWP機はAWP機と同じである」との決定を下し、ゲーム業界をあわてさせている。

AWP（アミューズメント・ウィズ・プライズ）機とは、要するに現金をペイアウトする許可制ギャンブル機。英国の場合は、アミューズメントとはギャンブルを含めた意味になる。具体的にはスロットタイプのフルーツマシンなど。一方のSWP機も似たようなもので最高十ポンドまで払い出すが、ゲーム業界は技術介入性があるからという理くつで、堂々と許可なしで展開してきた。要するに警察が検挙しない限り、どんな違法行為でも正当化されうる、ということである。

これに異論を唱え始めたのがビール会社である。ビールの配給先であるパブなどは遊技機の最大のロケーションでもある。ビール業界の決定で遊技業界は頭をかかえている。

話題のマシン

2人同時プレイでタッグマッチ
女子プロレスで
セガ社、新キャビネット採用「ダンプ松本」

㈱セガ・エンタープライゼス（本社東京、中山隼雄社長）から同社TVゲーム機"システム16"第5弾「ダンプ松本」が、五月下旬発売となった。

これは女子プロレスを扱ったもので、ダンプ松本やブル中野らの極悪同盟と、ライオネス飛鳥や長与千種らのフレッシュギャルズ（各五人ずつ）がタッグマッチを行なう。同機は全日本女子プロレス興業㈱からライセンスを得ており、実在のレスラーが登場する。八方向レバーと三つのボタンにて、いろいろな技を駆使する。一人用ではコンピューターチームと、二人用では相手プレイヤーのチームと同時プレイで対戦。レスラーはそれぞれ得意の必殺技を持っており、これを生かしながらさまざまな技をかけていく。危なくなればタッチして交代。ゲームはタイマー制（画面上部に表示）で三分間一本勝負。勝てば次の試合へと進むが、負けるか引き分けるとゲーム終了となる。

同機は同社新キャビネット「シティキャビネット」にて発売。これは18インチカラーモニターを斜めに組み込んだミニアップライト型（スチール製）で、すべて正面から行なえるメンテナンスの容易さ、けい光照明付きで見やすい遊び方説明表示板、二段階オープンのモニターパネルなどが特徴。定価は新キャビネットで五十八万円、基板販売で十八万五千円、改造用ROMキットで六万八千円。

ダンプ松本

一族を救うため八方向発射駆使
18種の奇怪な獣
アイレム販売から「妖獣伝」基板

奇怪な獣たちの軍団と戦うTVゲーム機「妖獣伝」が、アイレム販売㈱（本社大阪、高嶋由之社長）から六月三日発売となった。

これは"ミュール族"の勇士が、奪われた"平和の守護神ミネルヴァ"を取り戻すため、敵である"ガスプ帝国"の妖獣戦士を倒していくというロールプレイングゲーム。背景は上から下へスクロール。七ステージ展開で、うち地上場面が四ステージ、空中場面が三ステージ展開する。八方向レバーで勇士を移動させ、上下左右の四方向から攻めてくる敵を、前方向発射と八方向発射の二つのボタンで倒していく。

敵は大中小の大きさがあり、全部で十八種類の個性を持ったキャラクター。地上戦ではどんどん歩いて進み敵を倒すが、中型と大型の敵は前方向発射で数発命中しないと倒せない。途中で宝箱を取るとボーナス得点。敵の神殿の中に入ると、鏡の中からも敵が飛び出してくるので注意。空中戦では眼下に海や島を見ながら飛んでいき、前方と真横から攻めてくる敵を倒す。勇士が三人、敵に捕まるとゲーム終了だが、一定得点以上で一人追加となる。基板販売でOP価格十四万八千円。同社従来機からの改造用サブボード販売もありOP価格八万三千円。

妖獣伝

ネコやネズミなども登場し
AからZの攻防
ウッドプレイスからTV宇宙戦争基板

TV宇宙戦争ゲーム機「アルファックス・ゼット」が、㈱ウッドプレイス（本社東京、鈴木正夫社長）から五月二十三日発売となった。

同ゲームは国内のソフトハウス、ED社から許諾を得たもので、画面上部から迫ってくる敵を次々と迎撃していくゲーム。二十六ステージとボーナスステージが展開。八方向レバーと発射ボタン、危機脱出バリアーボタンを操作する。

敵には約二十種のキャラクターがあり、それぞれいろいろな編隊を組み攻撃してくるのを撃破。発射はボタンを押し続ければ、連射できる。途中でネコやネズミが現れ、これを取ると攻撃力がアップ。また浮遊ドラム缶はエネルギーを補給できる。ステージはAからZまであり、三ステージごとに登場する敵の母艦を撃破すれば、ドラム缶を次々に取っていくボーナスステージとなる。バリアーを張れば敵の攻撃を避けられるが、燃料消費が激しいので注意。画面下部のエネルギーメーターがなくなれば一機消滅。また撃破されたりして三機なくなればゲーム終了だが、一定得点以上で一機追加。基板販売のみで定価十四万八千円。

アルファックスZ

自在な進行方向
バルカンから走行乗物「バズ」

三百六十度方向に自在に進めるエンジン走行式乗物機「バズ」が、㈱バルカン製作所（本社岡山市、林邦治社長）から六月上旬に発売となった。

同機はテントウ虫をイメージしたデザインで、油圧駆動トランスミッションにより前後進、停止、変速が二本のレバーを傾けるだけでできるのが特徴。またレバーを互い違いに傾けると、その場で旋回も行なえる。二輪独立駆動、最高時速は前進時十キロ、後進時五キロ、空冷四サイクル（百八十CC）、本体直径一・四メートル。一人乗りと二人乗りがあり定価六十万円。

バズ

話題のマシン

27ラウンド、タイマー制併用
太古の怪物出現
テクモから「アルゴスの戦士」基板

人類を怪物の支配から救うという内容のTVゲーム機「アルゴスの戦士」が、テクモ㈱（本社東京、柿原彬人社長）から五月二十日発売となった。

これは一人の戦士が、人類を制圧した"獣王ライガー"の手下"獣人群"を次々とやっつけていくゲームで、敵は地上のほか地下や空中からも襲ってくる。戦士は画面左から右へ進んでいく（戦士の動きに従って画面背景は左右へスクロール）。全部で二十七ラウンドの展開がある。八方向レバーと二つのボタン（攻撃とジャンプ）を操作。多彩な怪物のキャラクター、画面背景のグラフィックの鮮明さ、音響効果などに特徴がある。

戦士は歩きながら進み、敵によってジャンプしたり座ったりしながら攻撃。武器は伸縮する鎖に回転する円形の分銅が付いた鎖がまのようなもので、途中にあるパワーアップターゲット（五種類ある）を取ると、鎖がさらに長く伸びたり、敵をまとめて倒すことができたりする。また敵を踏みつぶせたり、一定時間無敵になれるターゲットもある。一ラウンドに進む距離と戦士の位置が下部に示される。一定時間内にラウンド終了地点に到達しなかったり、敵にやられるとアウト。三人アウトでゲーム終了だが、一定得点以上で一人追加となる。基板販売のみで定価二十六万円。

アルゴスの戦士

テクノスジャパン開発、4ステージで
不良青年を一掃
タイトーから「くにおくん」基板

世の悪党どもをやっつけていくというTVゲーム機「熱血硬派くにおくん」が、㈱タイトー（本社東京、末角要次郎社長）から五月下旬に発売となった。

同ゲーム機は㈱テクノスジャパン開発、タイトーが総発売元となっている。プレイヤーのくにおくんがパンチとキックを駆使するゲーム。画面はくにおくんの動きに従って左右にスクロールする。全部で四ステージあり、各ステージごとに相手のボスを倒せばステージクリアとなる。レバーで移動し、左アタックと右アタック、ジャンプの三つのボタンを操作。

第一ステージは電車のホームで、不良学生を背負い投げ（相手のえりをつかみ逆方向アタックボタンを押す）で倒すと効果的。第二ステージは海岸で暴走族が相手。バイクに乗った相手をジャンプキックで倒すが、海へ投げ込むと早くやっつけることができる。第三ステージは繁華街、敵は鎖とカバンで攻撃してくる。第四ステージは街の中でドスを持った敵を倒す。各ステージのボスはそれぞれ違った得意技（後ろ回しげり、強力パンチ、銃の早撃ちなど）を持っているので注意。全ステージクリアでボーナス得点。くにおくんが三回倒されるとゲーム終了だが、一定得点以上で一人追加。基板販売のみでOP価格十六万八千円。

熱血硬派くにおくん

小人の背に乗る
土佐貿易から西独製乗物「スマーフ」

西独エレクトロモービルテクニク社製定置型乗物機「スマーフ」が、土佐貿易㈱（本社高知市、溝渕吉蔵社長）から近々発売となる。

これは"白雪姫"の小人をキャラクターとしたもので、小人の背中に乗るもの。上下動をしながら、約一メートルの直線コースを往復前進（端に来ると反転して前進）し、全体として波状に動く。作動時間は数段階に切替え可能。作動中に西独の童謡メロディーが流れる。上物は交換できる。一人乗りで定価七十万円。

スマーフ

アーケード機"オートカーニバル"
ネコがキャッチ
明昌の「スマッシュキャット」

ボールを飛ばしてカゴに入れていくというアーケードゲーム機「スマッシュキャット」が、明昌特殊産業㈱（本社大阪、岡本昌明社長）から五月下旬発売となった。

同機は統一したキャビネットによる同社"オートカーニバル"シリーズのうちの一機種で、ネクタイを締めた上品なネコをキャラクターにあしらったもの。

ボックス内の奥にポリバケツに入ったネコが、カゴを持って左右に回転を繰り返している。手前のハンドルをグルグル回すと、ハンドルが一回転するごとに下部から一個ずつ色の異なるカラーボールが発射されていく。ネコが持つカゴの中にボールが入ると得点（上部にデジタル表示）が上がっていく。ゲームはタイマー制で、タイマー内にできるだけ得点をかせぐ。定価七十八万円。

スマッシュキャット

まるちかめらあいず MULTI CAMERA EYES No.55

矢飛圓方

新しいライフ・スタイル

狭くるしい国土のなかを忙しそうに人人がたちまわっているというのがこの国、〝菊と刀〟の国の菊と刀につぐ特徴であった。

僅かな農地に多数の労働人口という図式が労働集約的な農業を営ませ続けていた。名づけて豊葦原の瑞穂の国、皮肉なことにその名に反して多数の餓死者をその歴史はかかえてきていた。

昔から忙しかったこの国の忙しさは年とともにますますその酷さを増し続けている。

もうこのくらいの速さが限界だとおもいながら走り続けている集団に遅れないように皆で走っている。と、突然今迄のペース以上にピッチをあげて走る人が出てくる。先導獣である。ただ単に遅れてはならないという衝動によってだけなのだが皆のピッチが先導獣のピッチと同じようにあがってゆく。走ることだけで精一杯なので頭の方へは血が不足気味になる一方である。考える余裕はなくなってしまう。

もう一年前にはもっとゆっくり走っていたのではなかったかしら、などと思っているところへまた更に勢いのいい先導獣が出てきて闇雲に盲滅法な速いピッチで走り出す。

「忙しいですね」

「まったく忙しい」

忙しくないと挨拶をしようものなら村八分にされるのがこの国の掟でもあるかのようだ。

海の向うでは、走らずに考えたりする人もいるようで、ボードリヤールなどは、どうして人人は走らされているのか、あるいは走るピッチが時間とともにあがり続けて行くのはなぜか、一生懸命額に汗したたらせて走って行く人人を見ながら、〝考える葦〟になった結果、走らせているのは資本家階級であり、資本家階級の何といっても最大の楽しみは利潤を増やすことであり、利潤を増やすのには資本の回転を速めねばならずと、ここまではもうマルクスの時代に明らかになっていたことであるのだが、現代の忙しさ、スピード化を資本の回転の速度をあげること、利潤の増大に結びつけたのはやはりコロンブスの卵と同じように心ある人人を感心させた。

合理化、スピード化はすべて寸分の狂いもなく利潤の増大という目標に結びつけられ、ボードレールが生きていたならばその照応しているさまを醜悪にして華麗なる詩に唱いあげたかもしれない。

シングル・ライフなる新しいライフ・スタイルについて考える場合にも私にとっては、まず利潤の増大のためのスピード化が家庭生活を送るための余裕をさへ奪いさってきているのではないかという危惧を最初に感じてしまう。

勿論、海老坂武が『シングル・ライフ』で考察していることは間違ってはいないとおもうが、シングル・ライフなるものは海老坂が説明しているように生活の余裕から生じてきたライフ・スタイルととっていいものなのだろうか。

私にとって気掛りなのは、このシングル・ライフというスタイルの発生源なのである。

もしも海老坂の言の通りに余裕らしきものからということであればそれはそれでまことに結構なことであるのだが、私の周囲ではそうではないことが多いようだ。

あるいは東京と大阪での違いがそこにはあるかもしれない。どうも私たち大阪のド庶民は僻み根性がつよいせいか、最近、大阪は東京の下請のようなことばかりをやらされていて、大阪の労働者の労働による剰余価値の大部分は資本家に収奪されているのだろうけれどもその一部は東京の労働者の賃金に回っているのではないかともおもっている。

大阪の目を覆わされたくなるような地盤沈下の原因の一部はそういうところにもあるようだ。大企業の本社も大部分は東京に移ってしまっている。

シングル・ライフなるものの現状はどうであろうか、衣はまあまあとして、住はラビットハウスより更に悪いキッチンハウスをマンションと改称したもの、食についても二十四時間営業のスーパーでのインスタント食品、保育所らしきものの数は増えてはきているがシングルで子供が産れてきてシングルで労働しながらその子供を育てようとしてもベビーハウスを見ればこれは到底人間を預けるべきところではなくて犬や猫の仔でも厭厭をするようなところばかりである。

話をもとへもどしてシングル・ライフの発生源であるが、これもどうやら野暮を覚悟で言えばボードリヤール先生の言に従うほかないようで、シャドウワークとか子供を産み育てその教育費を負担して新しい労働力を資本家に提出するというようなある種の搾取をされながら、一応家族というグループを成人男子一人を労働力として売りに出せば維持して行けたのがもう一人商品としての労働力をパートとして提供しなければ家計がうまく行けないようにされる方へと流されているのではないか。

今やパートの収入の大部分は以前のように臨時収入として処理されるのではなくて、定収入にくりこまれるようにその処理のされ方が違ってきてしまったようだ。

このパートという語がアルバイトなる語に重って使用されるようになり更にアルバイトを席捲してしまう頃がシングル・ライフの登場とダブって見えてくる。

大阪でもシングルは増えてきている。パートに出た女性がシングル・ライフに目覚め、家を出たがパートの収入ではおもったようには優雅にシングルの生活が送れずまた家にもどってしまった例も多多聞く。

ここまで書いてきて、どうやら私がシングル・ライフに反対しているようにとられかねない虞れがあるので周章てた形になってみっともないが私はシングル・ライフなるものに別に反対をしているのではないことは言っておこう。

シングル・ライフのユートピアについては古くマルクス、エンゲルスが党宣言の中で描写していた。

吉行淳之介がエッセイでそれを知らずにそれとほぼ同じことを書いていて愉快におもったこともある。

（続）

JUNE 15

Game Machine's Best Hit Games 25

■テーブル型ＴＶゲーム機 (TABLE VIDEOS)

	前回	機種名（メーカー名） MODEL (MANUFACTURER)	評価 (RATING)
1	1	怒（いかり）（エス、エヌ、ケイ） IKARI (SNK)	7.75
2	2	ハレーズ・コメット（タイトー） Halley's Comet (Taito)	7.33
❸	9	グラディウス（コナミ） Gradius [Nemesis] (Konami)	6.82
4	4	スクランブル・フォーメーション（タイトー） Tokio (Taito)	6.60
5	5	メジャーリーグ（セガ社） Major League (Sega)	6.60
6	6	リアルマージャン　牌牌（アルバ） Real Mahjong* (Alba)	6.57
7	7	ダーウィン　４０７８（データイースト） Darwin 4078 (Data East)	6.43
❽	14	パステルギャル（日本物産） Pastel Gal* (Nichibutsu)	6.30
❾	11	ビック・イベントゴルフ（タイトー） Big Event Golf (Taito)	6.17
❿	12	ワールドカップ（テクモ） World Cup (Tecmo)	6.00
⓫	15	ピンボールアクション（テクモ） Pinball Action (Tecmo)	5.70
12	8	ワンダーボーイ（セガ社） Wonder Boy (Sega)	5.64
13	10	ファンタジーゾーン（セガ社） Fantasy Zone (Sega)	5.58
14	13	黄金の城（タイトー） Golden Castle [Gladiator] (Taito)	5.35
⓯	16	闘いの挽歌（カプコン） Trojan (Capcom)	5.13
⓰	18	ＡＳＯ（エス、エヌ、ケイ） Arian Misson (SNK)	5.08
17	17	１９４２（カプコン） 1942 (Capcom)	5.00
⓲	19	影の伝説（タイトー） The Legent of Kage (Taito)	5.00
⓳	20	トイポップ（ナムコ） Toypop (Namco)	4.83
20	3	ロボレス　２００１（セガ社） Robowres 2001 (Sega)	4.71
㉑	25	タイガーヘリ（タイトー） Tiger-heli (Taito)	4.67
㉒	31	ナイトギャル（日本物産） Night Gal* (Nichibutsu)	4.60
23	23	魔界村（カプコン） Ghosts'n' Goblins (Capcom)	4.50
㉔	49	ガンスモーク（カプコン） Gunsmoke (Capcom)	4.44
25	24	テラクレスタ（日本物産） Terra Cresta (Nichibutsu)	4.27

* The Traditional Japanese Games

■アップライト、コックピット型ＴＶゲーム機 (UPRIGHT/COCKPIT VIDEOS)

	前回	機種名（メーカー名） MODEL (MANUFACTURER)	評価 (RATING)
1	1	スペースハリアー（ローリングタイプ）（セガ社） Space Harrier (Rolling Type) (Sega)	7.56
❷	6	ＴＸ－１　Ｖ８（辰巳電子） TX-1 V8 (Tatsumi)	7.00
❸	7	バギーボーイ（辰巳電子） Buggy Boy (Tatsumi)	6.80
4	3	カルテット（セガ社） Quartet (Sega)	6.50
5	2	スペースハリアー（シットダウンタイプ）（セガ社） Space Harrier (Sit Down Type) (Sega)	6.33
6	4	ハングオン（ライドオンタイプ）（セガ社） Hang-On (Ride On Type) (Sega)	6.00
7	5	ハングオン（シットダウンタイプ）（セガ社） Hang-On (Sit Down Type) (Sega)	5.86
❽	9	Ｎ.Ｙ.キャプター（タイトー） N.Y. Captor (Taito)	5.75
9	8	ガントレット（アタリ／ナムコ） Gauntlet (Atari/Namco)	5.43
10	10	スーパー・デットヒート（タイトー） Super Dead Heat (Taito)	5.25
11	11	ポールポジションⅡ（ナムコ） Pole Position II (Namco)	5.00
12	11	ＲＦ－２（コナミ／ナムコ） Konami GT (Konami/Namco)	4.88
⓭	18	ＴＸ－１（辰巳電子） TX-1 (Tatsumi)	4.33
14	14	ロードブラスター（データイースト） Road Blaster (Data East)	4.25
15	13	シューティングマスター（セガ社） Shooting Master (Sega)	4.00

■フリッパー (FLIPPERS)

	前回	機種名（メーカー名） MODEL (MANUFACTURER)	評価 (RATING)
1	1	ハイスピード（ウィリアムズ） High Speed (Williams)	7.33
❷	3	コメット（ウィリアムズ） Comet (Williams)	6.00
3	2	ロック（ゴットリーブ） Rock (Gottlieb)	5.60
❹	6	ソーセラー（ウィリアムズ） Sorcerer (Williams)	5.00
5	4	ロボット（ザッカリア） Robot (Zaccaria)	4.00

評価 (RATING)　調査ロケーションの設置機種を売上げと人気度から見たランク付けで、各オペレーターの判断によるデータを集計、その平均値を示したもの。数字の意味は10：これ以上ない爆発的な人気と売上げ、9：すばらしい人気と売上げ、8：大変いい人気と売上げ、7：いい人気と売上げ、6：まあいい人気と売上げ、5：平均的なもの、4：平均以下(以下省略)

調査ご協力店

ルナパーク（東京・新宿）、ロサ・ゲームランド（東京・池袋）、ドリームイン河原町（京都・四条河原町）、タイトースペシャル（大阪・梅田）＝㈱タイトー；　Ｊ＆Ｂ（東京・神田）、ＵＦＯ（東京・鶯谷）、セガセンター・ニュー光（大阪・心斎橋）、モンテカルロ立命（京都・北区）、カーニバルプラザ（東京・新宿）＝㈱セガ・エンタープライゼス；　プレイシティキャロット新宿店（東京・新宿）、なんばシティビッグキャロット（大阪・難波）＝㈱ナムコ；　アメニティパーク・リノ千日前店（大阪・千日前）＝㈱アポロ；　ゲームコーナー・プルプル（北海道・札幌）＝須貝興行㈱；　ワールドゲーム・ミヤコ（東京・新宿）＝㈱東京キャビオート；　ファンシティ水道橋店（東京・水道橋）＝テクモ㈱；　名鉄レジャック（名古屋・駅前）＝㈱水野商会；　ビデオイン・マツヤ（京都・今出川）＝㈱岡田商会；　玉造ゲームセンター（大阪・玉造）＝㈲峯興業；　ボウルタカハシ・ゲームセンター（大阪・阿倍野）＝㈱大阪サービスゲームス；　ウエスタン東花園（大阪・東大阪）＝㈱エス、エヌ、ケイ；　ビデオイン・キャッスル(小倉・駅前)＝㈲太平会館；　ゲームインＵＳＡ（東京・田町）＝㈱東京マルサン。

新風営法でゲームセンターはどう変るか？　「新風営法入門講座」㊴

制限地域と制限区域

火災、ビル建て替えで風営許可はできなくなる

問　ここで、もう一度風俗営業の地域制限について復習させて下さい。と言うのは、法律や施行令と、都道府県の施行条例、条例施行規則、さらにはその施行規則に伴なう告示と、全部を読みこなさないといけないからです。こういうことは、もっと分りやすくできないものなのでしょうか。なにかこう、わざと分りにくくしているようにも思えるほどです。

そこで苦労したわけですが、新風営法第四条第二項第二号の規定によって、都道府県公安委員会が定める地域内に風俗営業の営業所を新たに許可申請しても、それはできない、ということで、新風営法はこの点に関して規制を厳しくしているのがわかりました。そして次は施行令（政令）に基づき都道府県公安委員会が定める地域がとても大事なことを意味していることになります。つまりその地域内において新たに風俗営業所は開設することができないからです。

さて**東京都の場合**を見ていくことにしましょう。これは施行条例第三条、同施行規則第一—三条、さらに同第三条に基づく告示で調べることになります。しかし、これはとても私どもには歯が立たない感じがします。そこで「八号営業」に即して具体的に〝制限地域〟を示して下さいませんか。

答　実際のところ、これらの条文をひとつひとつ解読していくのは、そう容易なことではないようですね。でもあなたがたのゲームのルールでもこういうのはよくあるのではないでしょうか。あのロールなんとか……。

問　ロール・プレイング・ゲーム（ＲＰＧ）のことですか。でもゲームのことがわかっても、法律のことがわかるわけではありませんよ。

答　人間が作ったルールという点ではあまり変わらないと思うのですが、それはともかくとして本題に戻りましょう。東京都で事実上風俗営業を開設できないのは、次の箇所です。

(1)　「住居集合地域」……第一種住居専用地域、第二種住居専用地域、住居地域。ただしこれらの地域が近隣商業地域、商業地域に隣接している場合は、隣接地二十㍍幅にわたり制限がありません。なお次の(2)の地域と区別して「制限地域」と呼ぶことがあります。

(2)　「制限地域」と区別して「制限区域」と呼ばれるもので、学校や病院などから一定距離以内の地域を指します。具体的には、学校、図書館、児童福祉施設、病院および診療所（患者の収容施設のあるもの）の周囲百㍍以内。近隣商業地域で大学、病院および診療所の周辺五十㍍以内。さらに商業地域で、㋑（大学を除く）学校、図書館および児童福祉施設の周辺五十㍍以内、㋺大学、病院および診療所の周辺二十㍍以内。ざっとこれだけが「制限区域」になります。

なおこの「制限区域」には〝例外〟がわずかながらあります。近隣商業地域および商業地域で、次のいずれかに該当する場合です。①中央区銀座四丁目から同八丁目まで、②港区新橋二丁目から同四丁目まで、③新宿区歌舞伎町一丁目、二丁目（九番、十番および十九番から四十六番まで）および新宿三丁目、④渋谷区道玄坂一丁目（一番から十八番まで）、同二丁目（一番から十番まで）および桜丘町（十五番および十六番）。これの例外的な区域は「特定地域」と呼ばれています。

以上で東京都の場合は分っていただけたと思いますが、いかがでしょう。学校、病院などの具体的な説明は今回省略するとして、大まかな説明図を作りましたので参考にして下さい。

問　今おっしゃった「特定地域」はとても興味深く感じました。「特定地域」にある近隣商業地域と商業地域では、たとえ「制限区域」にあったとしても風俗営業を新たに開設できるが、「特定地域」にならなければこういう例外は一切ない、ということですね。「特定地域」は都下の繁華街でもごくわずかしか指定されていません。「八号営業」では、池袋駅前、渋谷・宇田川町、上野駅前などいくらでも立地条件のいい土地のことを思い浮べますが、「特定地域」でなければビルの建て替えなど絶対にしてはならないことになります。もちろん、火災などで営業所を滅失してしまうことはとんでもないことでしょう（本シリーズ㉕参照）。

こう考えてみると、新風営法は当初考えられなかった厳しい規制を強いている、と言えますね。

新風営法を勉強する会

Overseas Readers Column

"Super Mario Bros." Coming In The Movies

In Japan there are already 7.3 million sets of home video "Family Computer (Fami-Com)" of Nintendo Co., Ltd. of Kyoto, and the total number is expected to reach 8.6 million sets by the end of August. Especially 3.7 million cartridges of Nintendo's "Super Mario Brothers" have already been sold. (Although this game also has a floppy version, it cannot be counted, since it is of 'rewrite' system.) In any case, this game has achieved an unprecedented hit. Encouraged by this hit, a variety of goods have been derived from "Super Mario Brothers", leading at last to the expected release of theater picture "Super Mario Brothers – Operation to rescue the Princess Peach" in the coming summer.

Additionally, more than a million copies of player's guide "How to master 'Super Mario Brothers' " (Tokuma Books) have already been sold. Similar how-to-master books are also selling well. Not merely books, but also some kinds of music records "Super Mario Brothers" have been released. At "Fami-Com" shops are displayed a wide variety of goods, including T-shirts, blanket, sheets, pencils, ball-point pens, cardboards, shoes, hats, bags, etc. on which are printed or stenciled the characters appearing in this video game. They are selling well. These goods are increasing in variety. The vast majority of the game's fans are elementary and junior high school boys and girls. It is said that they are instructed by parents and teachers "not to carry with those 'Fami-Com' goods to school". Education is impossible, they say, if students talk about the game.

Photo above: The characters of "Super Mario Bros." appear in the wide variety of goods, T-shirts, blankets, pencils, shoes and also in the movies in this summer.
©1985 Nintendo

Now that how-to-master books are selling well, it seems natural that how-to-master videos will be made available. Since home video cassette decks have generally disseminated, they hit on the use of video tape for mastering the game. In this video tape, a gifted player who is amazingly good at the game, continues to play "Super Mario Brothers". It is edited so that the viewers can easily learn how many "hidden characters" can be discovered one by one. Viewing the video will make us master quicker than reading the book.

In view of these circumstances, film-producing companies will naturally avail themselves of "Super Mario Brothers" in producing summer vacation films for children. One of such films to be distributed by Shochiku Group is "Super Mario Brothers – Operation to rescue the Princess Peach". This is an animation film to be released from July 20 at 200 movie theaters of Shochiku Group. A two-picture show, the film "How to Master 'Super Mario Brothers II' " will also be shown.

Another film is "Video King – Champion, Takahashi vs. Mouri" to be distributed by Toho Group. With the actual Fami-Com video game, it shows confrontation between two gifted players who are currently idolized by children, and are said to be new heroes for children. It will be shown together with the animation film "Running Boy – the secret of star soldier".

In usual year different films (e.g. Disney's) are prepared for children. This summer, however, Japan's film world is completely affected by "Fami-Com" – "Super Mario Brothers" in particular. Have we ever experienced such popularity a video game has gained among children? A feverish boom by far exceeding even that of "Space Invaders" or "Pac-Man" continues. However, "Super Mario Brothers" is available only as home video, and it has no coin-op version (though it is available in the American and European markets). Japanese operators are having a very complicated feeling.

Editor: *Masumi Akagi*
Amusement Press, Inc.
9-16, Kamiyamacho, Kita-ku,
Osaka, 530 Japan

Taito Gets 70% From Operation Income

Taito Corp. of Tokyo is one of the major video game manufacturers, but actually, is one of the leading game operators in the world. How many game centers are run directly by Taito? It has recently revealed that 350 game centers are directly run, and several thousands are run jointly. Operation income from these centers occupy 70% of the firm's revenue, enabling it to maintain its position as a large operator.

Taito's fiscal accounts had been settled at the end of December by 1984, but for 1985, they were settled for the three-month term from January to March; from then on, they were settled at the end of March. Its revenue was 32,300 million yen for 1983 (Jan. –Dec.), 31,800 million yen for 1984 (Jan.–Dec.), and 7,012 million yen for 1985 (Jan.–Mar.). Its revenue for 1986 (Apr. '85–Mar. '86) is expected to reach 39,900 million yen. It consists of 70% for operation income and 30% for earnings from product sales. That is, operation income accounted for some 28,000 million yen, making Taito Japan's largest operator of amusement games, followed by Namco Ltd. of Tokyo and Sega Enterprises Ltd. of Tokyo. These three majors are by far ahead of the other operators.

The vast majority of Taito's "product sales" consist of coin-op games. Recently, game cartridges for "Fami-Com" are among them. To gain high operation income, it is best to develop its own high-earning games. Thus, Taito is endeavoring to concentrate its efforts on development of such video games, with a view of keeping the top position in Japan's coin-op business.

The Serious Figure Reveals By "Leisure Development Center"

Total revenue of game centers in fiscal 1985 dropped 15.0% from 1984 – the serious figure was revealed by the "Leisure Development Center" in its "White Paper on Leisure '86" (released at the end of April). According to it, overall sale proceeds of the "leisure market" for fiscal 1985 (when it started and ended, is unknown) reached 50,019.2 billion yen, topping the 50,000 billion yen level for the first time, up 4.7% over the preceding year. However, the coin-op game market was dealt a heavy blow by the "New Fuei Act".

According to the white paper, sale proceeds of the coin-op market, including game centers, totaled 137 billion yen, down 15.0% from 1984 (161 billion yen). The white paper pointed out that the decrease was caused by "the diffusion of home video games (editor's note: probably referred to "Fami-Com"), the fact that there were few hit games, and also by the enactment of the "New Fuei Act (February 1985)". The white paper, however, overlooks the actual market circumstances, i.e. i) the even when the home video market is activated, the coin-op business is not affected much. Rather, there can be a multiplying effect, and ii) the fact is not that there are few hit games, but that once a hit game appears, popularity is excessively concentrated on it. Once popularity is concentrated, operation control is strengthened under the "New Fuei Act" – administration utterly devoid of policy. Thus, white paper is correct only in its reference to "the influence of the New Fuei Act".

Meanwhile, the home video market has grown sharply from 170 billion yen in 1984 to 252 billion yen in 1985, up a high 47.8%. Concerning some video games, home versions are free of legal control, while coin-op versions are legally controlled. Why? According to the Government and the National Police Agency (NPA), any type of game can be used for gambling depending upon the mode of usage. They have clung to this explanation which is hard to understand. This misleading view has been supported by Katsuki Manabe, president of Sigma Inc., and other old NAO officers. Thus, the healthy operators are experiencing the hardships.

●お問合わせ／お申し込みは……………

アイレム販売株式会社
IREM CORPORATION

本　社 (〒550)大阪市西区西本町1-11-9 岡本興産ビル
☎(06)535-1060(代表)
東京販売 (〒106)東京都港区南麻布3-19-23 オーク南麻布ビル
☎(03)442-3081(代表)